ENCICLOPEDIA CIENTÍFICA
PUBLICADA BAJO LA DIRECCIÓN DEL DR. TOULOUSE

BIBLIOTECA DE ECONOMÍA POLITICA

DIRECTOR DANIEL BELLET

El Comercio y los Comerciantes

POR
YVES GUYOT

DANIEL JORRO, EDITOR. MADRID

Digitized by the Internet Archive
in 2013

http://archive.org/details/enciclopedia00guyoguat

ENCICLOPEDIA CIENTÍFICA

PUBLICADA BAJO LA DIRECCIÓN

del **DR. TOLOUSE**, Director de Laboratorio en la Escuela de Altos Estudios.

Secretario general: **H. PIÉRON**, Agregado á la Universidad.

BIBLIOTECA DE ECONOMÍA POLÍTICA

Director: **DANIEL BELLET**

Secretario perpetuo de la Sociedad de Economía Política, Profesor de la Escuela Libre de Ciencias Políticas.

EL COMERCIO

Y LOS

COMERCIANTES

PRECIO
7 PESETAS

ENCICLOPEDIA CIENTIFICA

TOMOS PUBLICADOS

Busquet (H.).—La función sexual. Traducción de Anselmo González. Madrid, 1913.

Duprat (G. L.).—Solidaridad social. Traducción de F. Peyró Carrió. Madrid, 1913.

Guyot (Y.).—El comercio y los comerciantes. Traducción de Rafael Urbano. Madrid, 1914.

Mazzarella (J.).—Los tipos sociales y el Derecho. Traducción de Carlos G. Posada. Madrid, 1913.

Ocagne (M.).—Cálculo gráfico. Traducción de L. Gutiérrez del Arroyo. Madrid, 1914.

Richard (Gastón).—Pedagogía experimental. Traducción de Anselmo González. Madrid, 1913.

Vallaux (Camilo).—El suelo y el Estado. (Geografía social). Traducción de Carlos G. Posasa. Madrid, 1914.

Estas obras constan de tomos de 400 á 500 páginas, tamaño 19 × 12, con ó sin figuras en el texto, encuadernados en tela con plancha.

Precio de cada tomo, [illegible] pesetas.

EL COMERCIO Y LOS COMERCIANTES

POR

YVES GUYOT

Ex Ministro,
Ex Presidente de la Société Statistique,
Vice-Presidente de la Société d'Economie politique,
Miembro honorario de la *Royal Statistical Society*.

Versión española revisada por el autor

POR

RAFAEL URBANO

Del Centro de Expansión Comercial

Con gráficos en el texto.

MADRID
DANIEL JORRO, EDITOR
23, CALLE DE LA PAZ, 23
1914

ES PROPIEDAD

Imprenta de Antonio García Izquierdo.—Doctor Mata, 3. Teléf. 1.612.—Madrid

PREFACIO

El comercio es el arte y la práctica del cambio, y toda persona perteneciente á una nación avanzada en la evolución, ejecuta cuotidianamente actos de cambio. Le interesa, pues, conocer el carácter, el derecho y los procedimientos de cambio.

A cada instante, todos necesitamos del *comercio,* y los prejuicios que desnaturalizan sus actos en la opinión de muchos de sus clientes, prueban que no basta á éstos hallarse en inmediato contacto con esta profesión para conocerla. A veces, no es suficiente practicarla. Si Mr. Jourdain hablaba en prosa sin saberlo, habría podido vender también ropa vieja sin enterarse de la naturaleza de esta operación.

Algunos representantes de las escuelas pseudo-económicas, publicistas, profesores, hombres de Estado, denuncian á los comer-

ciantes como «intermediarios parasitarios».

Más adelante se encontrará la exposición de sus teorías y los resultados á que han llegado cuando han tratado de ponerlas en práctica.

Otras gentes, esparcidas por todas partes, asaltan á los comerciantes con su solicitud; y con palabras calurosas, entre reproches y cumplimientos, les prodigan sus consejos. Pero el criterio infalible de toda operación comercial es la ganancia ó la pérdida. Todo comerciante les puede decir:

—Queridísimo amigo, ¿acepta usted la responsabilidad de la pérdida, si os escucho?; porque si no la acepta, ¿qué confianza puede usted inspirarme?

Me libraré muy mucho de asociarme á una obra tan ridícula y peligrosa.

En colaboración con Mr. A. Raffalovich, he dirigido, hace años, la publicación del *Diccionario del Comercio, de la Industria y de la Banca* que, compuesto por más de cuatrocientos especialistas, ha sido llamado por el *Times* «un monumento».

Los trabajos realizados para esa obra me han preparado para escribir este libro sobre

el *Comercio,* que M. D. Bellet ha tenido la bondad de pedirme para la *Enciclopedia Científica.* Todas sus partes se han tratado con el desarrollo que contienen. No he podido, por ejemplo, sino indicar algunos de los *elementos perturbadores del comercio;* pero confío en que todo lector atento encontrará, en este volumen, nociones precisas, fundadas sobre los hechos, que podrán preservarle de errores demasiados difundidos y suministrarle una idea clara del papel del *Comercio.*

YVES GUYOT.

Febrero, 1909.

EL COMERCIO Y LOS COMERCIANTES

LIBRO PRIMERO

Los principios y el carácter del cambio.

CAPÍTULO PRIMERO

EL CARACTER DEL CAMBIO

I. -Caracteres inmutables.—La ganancia es una adquisición superior al precio de coste del objeto vendido.—Toda venta es una compra.—*El vendedor y el comprador hacen una adquisición recíproca.*—Error de Mr. Karl Bücher.—En el mercado local, el mercader profesional es un comprador.—Cada uno atribuye á lo que adquiere mayor valor que á lo que cede.—La conclusión de todo mercado es un acto de buena voluntad recíproca.

II.—El comerciante.—Concentra y reparte.—El verdadero protector de la producción es el comerciante que facilita la salida.—El único estímulo para la producción es la venta.

III.—La remuneración del servicio de los intermediarios.—Pregunta ociosa.—Producción limitada de cada uno y necesidades ilimitadas.—*El comercio concentra los diversos productos y los reparte.*

I

El cambio tiene algunos caracteres que conviene determinar desde luego.

La negra que va al mercado con su calabaza con nueces de coco, las vende para recibir en cambio

cauris, esas conchas que sirven de moneda en el Africa Occidenta, ó guineas, piezas de tela azul, que sirven también para tal uso, pero que tienen el defecto de no ser fácilmente divisibles.

Esos cauris le permitirán comprar diversos objetos, cuentas de vidrio ú otras cosas, que para ella tienen más valor que las nueces de coco que vende.

A la vez, el compatriota que le compra su mercancía y le da cauris ó guineas en cambio, encuentra más ventajoso para él poseer esas nueces que los objetos con los cuales las ha pagado.

Si hubiera creído lo contrario, habría guardado para sí sus cauris ó sus guineas.

¿Qué es lo que decide la realización del cambio? Nadie, antes que Turgot, había comprobado (1) que el cambio se realiza en el momento *en que cada uno atribuye á la cosa que adquiere más valor que á la que cede. La decisión de las partes que las lleva al acto del cambio se produce cuando la preferencia es exactamente recíproca.*

La realización de toda compra es un acto de buena voluntad de cada uno de los contratantes.

En realidad, en el cambio, *el vendedor y el comprador hacen una adquisición recíproca.* Cada uno compra al otro. El empleo de la moneda disfraza la realidad del acto; pero en el trueque se vé: cada uno vende alguna cosa para adquirir otra.

En realidad, *un vendedor no es más que un adquirente. Toda venta es una compra. Emptio-venditio,* compra-venta, decían los romanos.

(1) *Turgot*, tomo II, pág. 125-7.

La negra no ha vendido sus nueces de coco por el placer de venderlas. Las ha vendido por *adquirir* á cambio alguna cosa que desea, en tanto que tiene nueces de cocos por demás para sus necesidades personales.

Lo mismo exactamente ocurre en un comercio más avanzado en la evolución.

El industrial no vende por vender. Su objeto es la ganancia: y ¿qué es la *ganancia*?, *una adquisición superior al precio del objeto vendido.*

El productor y el comerciante son siempre considerados como vendedores; pero ellos sólo venden para adquirir. Cambian los objetos que tienen por valores superiores al coste de aquellos objetos.

Entráis en una papelería y pedís una resma de papel por la que pagáis diez francos. Por vuestros diez francos recibís un instrumento de trabajo y decís que habéis comprado una resma de papel.

Pero al cedérosla, el comerciante os ha comprado una moneda de diez francos que cambiará con un comerciante de papel al por mayor. Este será vendedor y el primero comprador.

A su vez, el comerciante al por mayor habrá adquirido diez francos con los que comprará pasta de madera, maquinaria, construcciones ó mano de obra, etc.

M. Karl Bücher hace notar que el comerciante de la Edad Media, *Kaufmann*, recibe su nombre de *Kaufen*, comprador.

Las Cartas dadas por Otton III en 990 y el año 1000, hablan de los *emptores Trotmanniae* (1). Saca

(1) *Karl Bücher*, pág. 81.

de esto la consecuencia de que la palabra comerciante se aplica en aquéllas tanto á los mercaderes como á los compradores y que por consiguiente no se trata de comerciantes de profesión. Esto es inexacto; porque en los mercados locales, los tratantes ó mercaderes de profesión son generalmente considerados como compradores.

Escribo estas líneas en l'Ille-et-Vilaine, entre los mercados de Sain-Aubin-du-Cormier, Sain-Aubin-d'Aubigné y Rennes. Los agricultores llevan su manteca á ellos donde los comerciantes profesionales la compran para enviarla á París, á Valognes ó directamente á Inglaterra. Los agricultores venden su trigo á los «comerciantes en granos» y su ganado á los «tratantes de bestias».

II

Estos hombres tienen la especialidad de recoger los productos dispersos y ponerlos después á disposición de quienes necesitan de ellos. Si un paisano bretón llevara huevos á París, haría un mal negocio, tiempo perdido, gastos de viaje, etc. Un comerciante recoge todos los huevos con un cierto radio de aprovisionamiento. Sus gastos generales son tanto más pequeños cuanto mayor es el número de transacciones que hace. Está informado de la concurrencia, demanda y otras circunstancias en el mercado, para saber á qué precio puede comprar los huevos, según el que tienen para la venta.

Hace la reventa para obtener un beneficio, y se dice:

—Este es un comerciante que vende huevos; pero ha comenzado por adquirirlos, y los vende después para adquirir algo de más valor que los huevos que compró.

Su ganancia representa una compra superior al precio que había pagado por los huevos. El puede venderlos á mejor precio que si cada uno de los diez cultivadores que recogieron los huevos en sus pollerías hubiéranlos llevado al lejano mercado.

Vése, pues, cuál es el oficio del comerciante: *concentrar las diversas producciones y repartirlas entre aquellos que necesitan de ellas.* A medida que se desarrolla la división del trabajo, adquiere mayor importancia la misión del comerciante, de concentración y distribución de productos.

Asegurando una *salida* á estos productos, fomenta la producción. Si cada uno de los diez paisanos tuviese que asumir el oneroso embarazo de llevar sus huevos al mercado, no pudiera cuidar la parva de aves que los puso, no hubiera podido cosechar el grano necesario para alimentarla.

No hay otro *estímulo real para la producción que la venta*, y por tanto, *su verdadero protector es el comprador. Así, pues, el intermediario que por un lado busca los productos y por otro las necesidades, multiplica las compras.*

III

Se ha preguntado si se deben pagar los servicios de estos intermediarios. Si no sacaran provecho no

harían esos servicios. La pregunta es, pues, ociosa. Estos compradores de productos los *revenden con beneficio*. En una palabra, ellos adquieren los productos á un precio, á que los productores por sí no podrían venderlos, y adquieren de los que les compran un valor superior al que ceden.

El carácter de las producciones de cada uno es muy limitado y sus necesidades en cambio son muy variadas. Cuando la división del trabajo domina á la producción, una persona apenas produce un género de objetos y los compra de muy diversas clases. *El comercio concentra los diversos productos y los distribuye.*

CAPÍTULO II

DE LOS DIVERSOS MODOS DE APROPIACIÓN

Medios económicos.—Definición del comercio.—Elementos perturbadores.

El hombre está rodeado de fuerzas y materias que pueden ser *utilidades* cuando aquél sabe apropiarlas á sus necesidades.

Esta apropiación se hace:

1.° Por cambios de estado de la materia: físicos, químicos, fisiológicos.

Este medio se llama industria: cada uno de sus géneros está caracterizado por la naturaleza de sus materias primas y de sus productos: agricultura, metalurgia, etc.

2.° Por cambios de lugar: es la industria de los transportes.

3.° Por cambios de tiempo: este procedimiento origina con el transporte los valores y la moneda, el crédito.

4.° Por cambios de poseedores: estos cambios pueden efectuarse por la violencia, por la astucia, y *por el cambio* propiamente dicho.

A la primera forma, se llama asalto ó guerra; á la

segunda, robo, cuando se ejerce por individuos ó cuadrillas, y espoliación, cuando es ejercida por los gobernantes con apariencias más ó menos legales; *la tercera forma, que se realiza por medios de actos que tienen por objeto el cambio de objetos ó de servicios equivalentes, se llama comercio.*

La etimología de esta palabra está en las voces latinas *cum*, con, y *merx, mercis*, mercancía. *Comerciar, es cambiar. El comercio es el arte y la práctica del cambio.*

El estudio del *comercio* comprende dos partes: la de los procedimientos por los cuales la humanidad se ve obligada y se obliga á producir *el máximum de efecto útil con el mínimum de esfuerzos;* y la de los elementos perturbadores que dificultan ó entorpecen el desenvolvimiento.

Los elementos perturbadores son de tres órdenes: dos, provienen de la antigüedad política; el tercero, del comercio mismo.

1.° Los elementos preventivos que restringen la libertad de los contratos privados: reglamentaciones, monopolios, protección contra la concurrencia y prohibiciones.

2.° Los elementos, á la vez preventivos, y *represivos que impiden al individuo acometer una empresa, por no tener la seguridad de aprovechar los beneficios de sus actos,* y que de acometerla, no obstante, *les son arrebatados en todo ó en parte;* tales elementos son la falta de seguridad interior por efecto de un mal gobierno, la rapacidad del fisco, una mala policía, una legislación defectuosa, una magistratura

inepta ó venal y la falta de seguridad exterior por guerras ó amenazas de ellas.

3.° El elemento que proviene del comercio mismo, el dolo, el engaño en la calidad ó en la cantidad de las mercancías, las quiebras.

LIBRO II

La evolución del comercio.

CAPÍTULO PRIMERO

TEORÍAS SOBRE LAS FASES DEL COMERCIO

Permanencia de ciertos modos de cambio.—Estados económicos.—Cinco estados, según Federico List.—Tres estados, según Bruno Hildebrand.—Tres estados, según Karl Bücher.—Cuatro fases, según Joseph Yeates.

Algunos de los modos de cambio permanecen inmutables. En Roma, celebrábase mercados cada ocho días, como acontece actualmente en la mayoría de las ciudades europeas (1).

La buena mujer que lleva á los mercados de los pueblos pequeños, manteca, chorizos, manzanas ú hortalizas, hace un comercio del mismo tipo que la negra de Kano. Sin embargo, se pueden distinguir diversas fases en el desenvolvimiento del comercio.

Los alemanes, que poseen la manía de las categorías hasta creer que hacen un descubrimiento cada vez que colocan una etiqueta á cierto orden de obje-

(1) Reinach, *Minerva*, pág. 148.

tos ó de hechos más ó menos desembrollados, han establecido «series de estados económicos».

La más conocida de estas series es la de Federico List, el autor de *L'Economie nationale*.

Distingue List cinco períodos que han tenido que recorrer los pueblos para llegar á un estado económico normal: 1.°, el de la caza; 2.°, el pastoral; 3.°, el de la agricultura; 4.°, el de agricultura é industria, y 5.°, el de agricultura, industria y comercio.

Bruno Hildebrand, no relega el comercio al último período. Distingue los estados según el carácter de los cambios: 1.°, estado de los cambios de especies ó servicios; 2.°, de los cambios por medio de la plata; 3.°, de los cambios por medio del crédito.

Sin embargo, en las civilizaciones más primitivas, se ha empleado la moneda como medio de cambio. Y, por otra parte, si ha caracterizado un período por la moneda de plata, ¿por qué no ha caracterizado otro por la de oro?

Karl Bücher (1) establece tres estados:

1.° «Estado de la economía doméstica» absoluta. Sólo existe la producción personal; la economía no conoce el cambio; los bienes se consumen donde se producen.

Entre los primeros grupos humanos, no existe el cambio; en las tribus, en que el jefe reparte el trabajo y los productos, no se conoce el cambio. Esta tribu procura bastarse á sí propia, pero realiza cambios, sin embargo, con otras tribus. En general, estos pri-

(1) K. Bücher, pág. 49.

meros cambios son de objetos de lujo que desean las mujeres, las armas, ó en momentos de escasez, de alimentos.

Todo grupo humano organizado ha salido de la fase precomercial. Sin embargo, Bücher, con Rodbertus, comprende en esta fase la economía de los griegos, la de los cartagineses y la de los romanos. Esto es darle una excesiva extensión (1). Más tarde, él atribuye á este estado el comercio ambulante (2).

2.° «Estado de la economía urbana.» La producción se destina á los clientes; es el período del cambio directo. Los frutos pasan inmediatamente del productor al consumidor.

Es mucho generalizar. En la civilización de la Edad Media que ofrece especialmente esta característica, ¿qué razón de ser hubiesen tenido las ferias de la Champagne, las ciudades Hanseáticas y el comercio de Venecia, de no existir otras formas de cambio que la del cambio directo?

Karl Bücher se apercibe de ello, después de haber construído su tesis, y atribuye á este estado la calificación «de comercio de mercado».

3.° «Estado de la economía nacional», producción de mercancías, período de circulación de los bienes. Los bienes pasan generalmente por una serie «de economías» antes de llegar al consumo. La expresión más clara de este estado se encuentra en el sistema de Colbert.

---

(1) Bücher, pág. 56.
(2) Bücher, págs. 77, 108.

Los mercados limitados en el interior adquieren mayor importancia; las aduanas interiores son reemplazadas por las aduanas en las fronteras. El absolutismo comienza á establecer la libertad de circulación por el interior. Tal estado comprende el comercio sedentario.

Bücher se detiene en la economía nacional. A pesar del ejemplo dado por el Reino Unido, él no conoce la economía internacional.

M. John Yeates señala cuatro fases en la historia del comercio:

1.° El comercio en la antigüedad: desde los tiempos precomerciales hasta la caída del Imperio romano (año 476 después de J. C.).

2.° El comercio en la Edad Media hasta el siglo XV. El descubrimiento de América fué en 1492 y el del camino á la India por el Cabo de Buena Esperanza en 1498.

3.° El comercio moderno: desde el siglo XV á la Revolución francesa (1789).

4.° El comercio reciente: desde 1790 á 1885.

CAPÍTULO II

EL PERÍODO PRECOMERCIAL

El cambio es inherente al hombre. — Período precomercial.— Falsas acusaciones de robo contra los núcleos primitivos. —Observaciones sobre los fuéginos.—Observaciones de Cook.—Condiciones de la noción del cambio.—Este no puede nacer entre la horda.

M. de Quatrefages quería fundar el reino humano sobre la religiosidad. En el cambio hubiere encontrado un criterio más seguro.

No solamente no se ha visto jamás que un perro cambie con otro un hueso por unas sobras de sopa, sino que está comprobado que el cambio no existe entre las sociedades de animales. Las hormigas construyen, organizan, trabajan y ahorran; tienen agujeros ó minas que les sirven de almacenes; algunas tienen esclavas; pero no tienen mayor noción del cambio que las abejas; y entre los hombres se ha comprobado la existencia de un *período precomercial.*

Las recriminaciones de los viajeros contra los robos de los pueblos atrasados, acusan en cierto modo una falta de observación. Los fuéginos, habitantes de la Tierra del Fuego, observados por el capitán Byron en 1765, aceptaban cuentas de vidrio y

otras bagatelas, cediendo en cambio sus arcos y sus flechas.

Aceptaban y ofrecían regalos; pero no tenían noción de la equivalencia que es la condición propia de todo cambio. Al año siguiente, aceptaban del capitán Wallis objetos diversos, y no comprendían que daban en reciprocidad guanacos y casoares que abundan en su región. En 1887, el Dr. Hyades, que hizo un largo viaje por la Tierra del Fuego, afirmó rotundamente que los naturales no conocían el comercio ni la moneda.

Cook ha comprobado entre los australianos, con los cuales estuvo en contacto, una ausencia completa de inteligencia comercial. Antojados de unas tortugas pescadas por la tripulación, quisieron apoderarse de una por la violencia y se libró un combate. Sin embargo, poseían ya un cierto grado de civilización, pues sabían proporcionarse armas y tejer cestas tan tupidas que podían conservar el agua.

Cuando Cook visitó á los papús que pueblan los archipiélagos situados al Norte y al Este de la Australia, observó que tenían una industria superior á la de los australianos. Sabían tallar y pulir la piedra; tenían bajeles, arcos y flechas; eran alfareros y habitaban en verdaderas casas. Sin embargo, los de Mallicolo le ofrecieron un cochinito á guisa de presente, pero rehusaron todo cambio comercial.

Cook observa que en las islas de los Amigos, los indígenas parecen más inclinados á dar que á aceptar (1).

(1) Letourneau, I, pág. 146.

Cuando los europeos se aproximan á sus costas, ayudan á la descarga de las mercancías y se entregan á toda clase de efusiones sin pedir nada ni esperar remuneración.

El cambio implica un cálculo mental.

—Yo te doy tal objeto para que tú me des tal otro. Pero ¿éste que tú me darás es equivalente al que te ofrezco? ¿Perderé ó ganaré?

Cuando los recursos y las necesidades de cada miembro de la horda son uniformes, no hay comercio. La noción del cambio no se despierta en los grupos anarquistas primitivos, porque implica la división del trabajo. Es preciso que unos tengan objetos ó puedan prestar servicios que otros no tienen ó no pueden prestar.

En la horda australiana todo trueque es inútil, pues todos sus miembros poseen los mismos objetos.

El trueque solo comienza entre tribus diferentes.

CAPÍTULO III

EL COMERCIO ENTRE GRUPOS

El comercio entre hordas.—Monopolio.—División del trabajo.— Fabricación especial de Solutré. — Trabajos de la mujer.—El comercio por depósito.—Los cartagineses y los indígenas españoles.—Los weddahs.—Europeos iniciadores del comercio de ciertos pueblos primitivos.—Afición al comercio.

Entre los individuos de la horda australiana existen ciertas costumbres que impiden las disputas por la presa hecha en la caza ó en la pesca. Del mismo modo, existe entre las hordas ciertas prácticas de cambio según experiencias más ó menos largas.

El comercio comienza, no entre individuos de un mismo grupo, sino entre grupos diferentes que tienen distintos objetos que cambiar, y así toma, desde un principio, la forma de un monopolio.

En la tribu australiana de los Narringeri, designábase á un solo individuo, desde su nacimiento, para realizar los cambios con tal ó cual tribu. Su padre conservaba en un mechón de plumas su cordón umbilical que se llamaba el kalduke y lo daba al padre de un niño de otra tribu, que probablemente le remitía en cambio un objeto parecido.

Los dos niños que habían de ser los intermediarios entre las dos tribus, llamábanse Ngia-Ngiampa.

Entre los barotsé, según Serpa Pinto, entre los kunds, entre los mandrucos en las islas de Sandwich y en el país de Iddah, en Africa, según Laird y Oldfield, el jefe de la tribu se encarga del comercio.

La división del trabajo es muy antigua. Los montones de desperdicios de silex que se han encontrado en Solutré y en otros sitios, denotan que había en Europa, en la edad de la piedra labrada, grupos locales que se dedicaban á una fabricación especial.

Schoofcraft dice que según una tradición de los chipperas, entre los indios de la América del Norte, una clase particular de hombres calificábase de fabricantes de puntas de flechas.

Por lo general, los trabajos ejecutados por las mujeres servían de objetos de comercio. Las apaches fabricaban ollas y preparaban peleterías que cambiaban con tribus agrícolas (1).

En Africa, los mombouttus eran buenos herreros, pero desconocían el tejido, en tanto que los vonajiji, ribereños del Tanganika, fabricaban telas de cortezas amasadas, abatanadas y rociadas con aceite de palma (2).

El gran comercio de Tombouctu era la sal que transportaban las caravanas desde las minas de Bilma que se encuentran al Norte del lago Ichad. La sal debía ser una gran preocupación en las relaciones comerciales del Africa, desde la más remota antigüe-

(1) Letourneau, pág. 176.
(2) Schweinfurth, t. II, pág. 80.

dad, porque Herodoto llena de columnas de sal el Norte de Africa (1).

Las poblaciones tímidas hacen el comercio por depósito.

Herodoto (2) dice que más allá de las columnas de Hércules, los cartagineses desembarcaban sus mercancías y después alejábanse en sus navíos, en los que hacían gran humareda para prevenir á los indígenas. Estos depositaban el oro como precio de las mercancías y se retiraban. A continuación desembarcaban los cartagineses; si no encontraban suficiente oro, volvían á embarcar sin tocarlo. Acercábanse entonces los indígenas, aumentaban la cantidad de oro y no tocaban á las mercancías hasta que los cartagineses habían tomado el precioso metal.

Los weddahs de los peñascos y bosques de Ceilán, viviendo en las grietas de los árboles ó en las cavernas, tipos de la civilización más primitiva, tenían flechas armadas de puntas de hierro. Ellos depositaban lo que podían ofrecer, carne de gamo desecada, colmillos de elefantes, miel, cera, etc., y se ocultaban.

El herrero llegaba y depositaba en cambio una cantidad razonable de puntas de flechas, teniendo gran cuidado de satisfacer á los weddahs, pues de otro modo terminara el cambio y se dispondrían á tomar venganza (3).

---

(1) Libro IV, cap. 71 v.
(2) CXCVI.
(3) Paul Sebillot, pág. 312.

Los bosjimanos y los hotentotes no conocieron el comercio más que por el contacto con los europeos (1).

Lo mismo puede decirse de muchos pueblos de la Polinesia, de los Pieles Rojas de la América del Norte, que demandan fusiles, plomo, hachas, agujas y aguardiente.

Cuando una tribu salvaje tiene aptitudes comerciales, adopta rápidamente las prácticas de la civilización europea.

Según fray Thevel, en el siglo XVI los indios acudían desde más de cien leguas para llevar á una factoría francesa establecida en la desembocadura del Amazonas, plumas de casoar y de tucán y labores en plumaje. Los franceses les daban en cambio, hachas, cuchillos y chucherías (2).

Si bien los hombres se adaptan muy lentamente al comercio, la afición á esta relación humana se halla muy desarrollada entre los pueblos de una civilización un poco avanzada, tales como los negros del Africa Oriental. Los vonajiji expulsaron á Burton por haber dicho que no iba á comerciar. Burton tuvo que concluir por hacerles un régalo (3).

---

(1) Letourneau, pág. 34.
(2) Letourneau, pág. 168.
(3) Letourneau, pág. 61.

CAPÍTULO IV

LA DIVISIÓN DEL TRABAJO, LA PROSTITUCIÓN Y LA ESCLAVITUD

. —La mujer, esclava dada por la Naturaleza.—Explotación de la mujer en las islas de la Oceanía.—La prostitución y la trata de blancas.

II.—Concepto de la esclavitud.—Aristóteles y la esclavitud.—Esclavas blancas en la antigüedad.—El prejuicio del color.—Las esclavas de la Edad Media.—Venecia.—La esclavitud constituía el gran comercio del Africa.—Este comercio no es más que un factor económico.

I

Desde que hay una cierta coordinación en los actos de la familia humana, la mujer juega un papel muy distinto del del hombre. Ella debe con tal de satisfacer sus necesidades sexuales, hacer las demás faenas que el hombre encuentra más fastidiosas. El le confía el cuidado del fuego, el tejido, el cultivo, en tanto se reserva la caza y la pesca. Considera que la mujer le pertenece y la explota de todas las maneras.

Cook y Bougainville (1) cuentan que en Taïti, en en Touga, en Nueva Zelanda, en las islas Marque-

(1) Letourneau, pág. 15.

sas y en las de Sandwich, las mujeres iban á pasar la noche á bordo, y por la mañana los hombres les pedían los regalos que habíanles hecho los marineros.

Cuando ellas al atardecer se arrojan al agua para dirigirse al navío, ellos les gritan:

—¡Pide pólvora para mí, Tahío!

—¡Acuérdate de traer pescado salado, Oïe!

—¡Manú! Tráeme pescado seco, dientes de cachalote.

Las tribus de los Pieles Roja de la California compran las mujeres á sus padres (1). Los utachs hacen un gran comercio de mujeres que roban y venden en seguida á las tribus vecinas.

El comercio de las georgianas, para surtir los harenes de la Turquía y de Marr uecos, no ha cesado aún.

Y si en las civilizaciones más primitivas los hombres saben apreciar el valor de los servicios sexuales, las mujeres lo conocen también y procuran sacar de ellos algún partido. Cuando las mujeres de los esquimales piden tabaco, ya se sabe que se ofrecen en cambio (2).

Más adelante trataremos de este cambio de servicios y el género de tráfico, que se llama la trata de blancas (3).

II

El hombre siente el deseo de adquirir y la aversión

(1) Letourneau, pág. 179.
(2) Letourneau, pág. 19.
(3) Yves Guyot, pág. 4.

al trabajo; hacer trabajar á los demás y aprovecharse del resultado de su trabajo, es el fin que persigue todo dueño de esclavos.

El comercio de los esclavos ha sido uno de los más importantes del mundo. En la antigüedad, no solamente los fenicios utilizaban á los esclavos como remeros de sus bajeles y les ocupaban como tejedores en sus talleres, sino que comerciaban también con los que se procuraban en los países vecinos de Siria y la Palestina. Ellos estaban siempre en guerra, las más de las veces con el único objeto de conquistar esclavos para venderlos.

Délos era el gran mercado de esclavos.

Sus precios en los lugares de compra eran muy bajos. Lúculo dice que en el Ponto un esclavo valía cuatro dracmas ó sean unos 19 francos.

Cuando ocurrían grandes derrotas, sobrevenía una gran depreciación en la mercancía. Los soldados romanos vendian á los cartagineses por menos de 12 francos. En los tiempos modernos, sucedía igual. En el primer cuarto del pasado siglo, un muchacho valía en las márgenes del lago Tchad 19 ó 20 francos; una púber, unos 25 francos.

Las dificultades y riesgos del transporte establecía la diferencia entre el valor en el lugar de compra y el valor donde se vendía.

El comercio de los esclavos ha sido uno de los más importantes de la humanidad.

En los tiempos antiguos los esclavos provenían de la guerra. Aristóteles señala al esclavo como á un bárbaro de especie inferior. «La Naturaleza ha que-

rido que bárbaro y esclavo sean una misma cosa. Lo que hace que un hombre sea entregado á otro, es que no puede alcanzar á comprender la razón, sino cuando otro se la enseña, y no por sí mismo» (1).

El no podía dar el argumento que Montesquieu ofrecía á los teóricos de la esclavitud de los negros: «Estos de que se trata, son negros desde los pies á la cabeza; tienen la nariz tan aplastada que es casi imposible compadecerse de ellos. No se puede concebir que Dios, que es un Sér perfectamente sabio, haya puesto un alma, especialmente un alma buena, en un cuerpo negro por completo» (2).

Los 400.000 esclavos que poblaban la Atica eran tan blancos como sus 30.000 dueños. Las matronas romanas que entregaban á los gladiadores á la muerte en las luchas del circo, no tenían por excusa el prejuicio del color; no podían aducir el argumento que he oído dar con dulce y persuasiva voz á una encantadora dama de Washington: «Los negros no son hombres, son animales.»

En la Edad Media, se explotaban esclavos de Europa con destino al gran mercado del Cairo, y Venecia contaba más de 3.000.

Desde que Las Casas, para librar de la esclavitud á los americanos, aconsejó á los españoles la importación de negros, el Africa ha sido el gran vivero de esclavos.

Según una estadística portuguesa, en el reino del

---

(1) *Polica*, lib. I, cap. II, § 13.
(2) Esprit des lois, lib. XV.

Congo se podían comprar en el siglo XVI hasta 5.000 esclavos á la vez.

Y aun después de la abolición de la trata de negros (1820), de la esclavitud en las colonias inglesas (1834), en las colonias francesas (1848), en los Estados Unidos (1862), el mayor comercio del Africa Central era el de los esclavos en la época de los viajes de Baker (1864-1870), los de Burton (1860), los de Speke y Grant (1869), los de Schweinfurth (1864-1866 y 1870-1871), y los de Camerón (1873-1875).

Las pequeñas tribus de negros realizaban razzias, unas contra otras, para proveerse de esclavos; los jefes vendían á los individuos de sus tribus acusándoles de hechicería ó de otros crímenes; los acreedores vendían á sus deudores; los padres á sus hijos.

Los bongos tenían por industria la fabricación de esposas y cadenas para uso de los tratantes de negros.

Aún hay esclavos en Marruecos, y á pesar del decreto de 1848 aboliendo la esclavitud en los territorios franceses, todavía existe en el Sudán y en el Congo. En un estudio reciente que ha merecido la aprobación del ministro de la Guerra de Bélgica, Mr. Modeste Broher, oficial del regimiento de carabineros belgas, ha hecho la apología de la esclavitud en Africa (1).

A medida que la noción del derecho individual se ha ido desarrollando, la posesión de la persona hu-

---

(1) *Revue econ. de Bordeaux*, Sep. 1907.

mana ha sido considerada como un acto de violencia, y no sólo no puede ser sancionada, sino que ha sido prohibida por la legislación. Este comercio no se cuenta ya entre los factores económicos de la civilización actual.

CAPÍTULO V

PRIMER PERÍODO: EL COMERCIO EN LA ANTIGÜEDAD. EL SISTEMA PREVISOR

Ocho períodos de la historia del comercio.—Primer período: *El comercio de la antigüedad desde los tiempos prehistóricos hasta el año 476 después de J. C.*—Los egipcios.—Mesopotamia.—Asirios.—El imperio persa.—Los fenicios.—Unico pueblo de la antigüedad que tenía una noción clara del objeto que perseguía.—Cartago.—Atenas.—Pequeñas cantidades.—El trigo.—*El sistema previsor.*—El trigo en Roma.—Las importaciones arruinan la agricultura de Italia.—Los especuladores romanos.—Ocultos y declarados.

He dividido, á partir del comercio prehistórico, la historia del comercio en ocho períodos, limitándome á presentar esta división como un medio para clasificar suficientemente racional y cómodo.

El primer período comprende el comercio en la antigüedad hasta el año 476, después de Jesucristo.

Tres mil años antes de la Era cristiana, los egipcios habían alcanzado un alto grado de civilización, como lo demuestran las pirámides que habían construído ya. Encerrado en un valle de 800 kilómetros, pero aglomerados á lo largo del Nilo en un espacio

relativamente estrecho, no conocían el mar, y su régimen de castas oponíanse al comercio. Bajo el nuevo Imperio, á partir del año 1600 próximamente, antes de Jesucristo, habían entrado en relaciones con la Fenicia, la Siria y las orillas del Mar Rojo por medio de caravanas que les llevaban especias, sándalo y mirra.

En el último período, hacia el año 600 antes de Jesucristo, llegaron á Egipto los comerciantes griegos. La Mesopotamia era una región agrícola de gran fertilidad que necesitaba metales y materias primas. Desde el año 3000 antes de la Era cristiana, Babilonia era un activo mercado al que, de la Arabia al Sur de la Siria al Oeste y de la Persia al Oriente, llegaban metales preciosos, granos, lana y materiales de construcción.

Los asirios extendieron su dominación á Bibilonia, la Armenia, la Siria, á una parte del Irán y de la Palestina, de suerte que los mercaderes podían dirigirse á Nínive con toda seguridad. El Imperio persa que sucedió á los asirios, se extendía desde el Mediterráneo al Indo y desde el Océano Indico al mar Negro y al Carpio, cubriendo así una superficie mayor que la mitad de la Europa moderna.

Hasta su destrucción por Alejandro (330 antes de Jesucristo), abarcaba todo el comercio del Oriente; pero no es preciso ponderar la importancia que podía tener. En cuanto á los judíos, eran pastores y agricultores, y no hay que tenerlos en cuenta como comerciantes

Apretados en una faja de tierra de 20 kilómetros

de ancha y 200 de larga, los fenicios tenían abundante madera en las montañas que les separaban de la Siria y de la Palestina, pero necesitaban adquirir de otros pueblos casi todo lo que les era indispensable para la vida.

Habían formado en los tiempos prehistóricos una confederación de ciudades autónomas, de las cuales era Sidón la metrópoli y Tyro la villa más importante. La mayor parte de estas ciudades estaban gobernadas por reyes, cuyo poder era limitado por los sacerdotes y ciertos magistrados. Esta organización que podía ser una flaqueza, dió á este pueblo una gran fuerza de expansión y le aseguró una preponderancia marítima y comercial durante mil años. En el 332, permanecía bastante poderosa para oponer la más viva resistencia á Alejandro.

Herodoto hace remontar el origen de la enemistad entre griegos y persas á un acto de piratería de los fenicios. Habiendo éstos llevado mercancías del Egipto y de Asia á Argos, la más bella ciudad entonces de la Grecia, estuvieron vendiéndolas durante cinco ó seis días. Lo habían vendido casi todo, y en ocasión en que un grupo de jóvenes griegas hacían compras cerca de la popa de los navíos, los fenicios apoderáronse de varias de ellas entre las que se encontraba Io, hija del rey Inaco, y las condujeron á Egipto.

Por represalias, los griegos robaron á Europa, hija del rey de Tyro, y á Medea, hija del rey de la Cólquida. Entonces Páris robó á Helena, de ahí la guerra de Troya; y los Persas, mostrando su indiferencia

ante las mujeres, decían que ellos jamás habían tenido en cuenta las mujeres que les habían sido robadas, y que era una locura vengarse de un rapto (1).

Los fenicios añadían que lo no había sido robada, sino que, en cinta á consecuencia de sus relaciones con el capitán, ella había seguido á éste.

Este relato encierra tres rasgos de costumbres características: los fenicios llevaban evidentemente telas y alhajas que seducían á las mujeres; practicaban el comercio y al mismo tiempo la piratería, y reconocían la necesidad de justificarse.

Los griegos se ofendían por los robos de las mujeres: los orientales no admitían que se concediese tanta importancia á tales asuntos.

Los fenicios perseguían el beneficio comercial y desdeñaban el poder político; no buscaban á un enemigo ó á un rival para luchar con él, sino para utilizarle (2). Así mostráronse á los ojos de los hebreos durante todo el tiempo que éstos poseyeron el golfo de Akabah al Nordeste del Mar Rojo; y ante los egipcios, en unión de los cuales emprendieron el año 608 antes de J. C., el viaje de circunnavegación alrededor del Africa.

Ellos habían tenido mucho antes relaciones con las costas del Africa, de la Arabia y de la India, á las cuales se daba el nombre general del Ophir, que comprendía probablemente el Africa Oriental del Sur (3).

---

(1) Herodoto, 4-1 § 1-4.
(2) Helmolt, tomo II. pág. 590.
(3) Keane.

Importaban especias, oro, piedras preciosas, ébano y marfil. Explotaban en España minas de plata, de hierro y de estaño, y buscaban allí lana y pieles.

Procurábanse las materias primas cambiándolas por objetos manufacturados. Desde Homero, la antigüedad ha celebrado la púrpura de Tiro que no era solamente de color rojo, pues dabánle todos los colores de origen animal.

Tenían el monopolio de la fabricación de objetos de vidrio.

Fabricaban paños y telas, instrumentos, utensilios, ornamentos y juguetes y baratijas, que les servían de objetos de cambio. Exportaban vino de Egipto.

Por tierra, su principal comercio lo hacían con Babilonia, por Balber y Palmira.

Los fenicios colonizaron el Mediterráneo. Ellos han dotado á los griegos y á todas las naciones modernas del alfabeto; pero como no tenían grandes monarcas conquistadores, no han dejado grandes monumentos con grandes inscripciones conmemorando sus hazañas guerreras.

Cartago, colonia fenicia fundada en el siglo IX, había alcanzado un gran desenvolvimiento. Su comercio se extendía desde Malabar al país de Gales. Pero era tan extremado su exclusivismo que impedía á sus ciudadanos aprender el griego. El pueblo que la gobernaba, formaba una casta tan inaccesible que no concedía jamás el derecho de ciudadanía á ningún extranjero, en tanto que los romanos nacionalizaban á sus vecinos y hasta le daban acceso al Senado.

Cartago solo tenía para oponerlas á sus enemigos,

fuerzas mercenarias, soldados profesionales excelentes, conducidos por oficiales de los que Aníbal es el tipo, pero menospreciados por aquéllos que odiaban más á los que les pagaban que á los que debían combatir. Además, tenía Cartago su flota en que los remeros eran esclavos del Estado, bien entrenados, y los marinos tan hábiles como audaces. Cuando Cartago fué destruída por los romanos en el año 146 antes de J. C., éstos no reemplazaron ni la marina ni el comercio de aquélla; el comercio desapareció del Mediterráneo, que fué abandonado á los piratas.

Atenas era un puerto de depósito, alimentado por las colonias jónicas extendidas por el Archipiélago, el Asia Menor, Italia y Galia, á las que á su vez expedía aquélla los productos de que necesitaban.

Tenía Atenas convenios comerciales con algunas de estas colonias, pues poco antes de la guerra del Peloponeso la vemos excluir de todos sus puertos á los megarienses. Alcanzó el apogeo de su potencia marítima y comercial entre la tregua de los Treinta años (443 antes de J. C.) y el comienzo de la guerra del Peloponeso (429).

Este comercio hacíase en pequeñas cantidades. Demóstenes ensalza como un don magnífico el privilegio dado á los atenienses por Leucon, gobernador de la Crimea, para que exportaran todo el trigo que quisieran; y esta exportación alcanzó á 13.000 *medimnos*, por año, ó sean 7.000 hectolitros.

Según Demóstenes, la importación anual debía ser de 800.000 *medimnos*, 415.000 hectolitros; según Back, un millón de *medimnos* ó sea 518.000 hectoli-

tros; supongamos medio millón de hectolitros, poco más de un hectolitro por habitante. Este aprovisionamiento á pesar de ser tan pequeño, fué, sin embargo, objeto de una preocupación tal que todos los navíos en que tenían intereses los atenienses y los metecos atenienses estaban obligados á cargar trigo.

En su discurso contra Formio, Demóstenes hace decir á Crisipo: Parisadis había exceptuado del impuesto en el Bósforo al trigo expedido para Atenas. Lampis aprovecha la excepción, pero lleva el trigo á Acantia donde lo vende al por menor, «aunque estuvo establecido en Atenas, y las leyes amenazaban con el último suplicio á todo hombre establecido en Atenas que transportase trigo á otros puntos que no fueran los nuestros (1)». Y él añade que entonces se estaba reducido á distribuir la harina por raciones á los habitantes de la ciudad; que los del Pireo recibían panes por un óbolo, cerca del arsenal de los buques; y que bajo el pórtico principal cernían y amasaban con los pies la harina que se les distribuía, con dos cedazos.

Solon había prohibido toda exportación de productos del suelo de la Atica, excepto la del aceite. A esta intervención del rey ó de la autoridad, para asegurar el alimento de la población se ha dado el nombre de *sistema previsor.*

La dificultad del aprovisionamiento fué muy grande. La conquista de países productores de trigo fué uno de los factores de la política romana; pero importando trigo, el gobierno romano arruinaba la agricul-

(1) Demóstenes, t. V, pág. 259; Ferrero, t. II, pág. 406.

tura de Italia (283 á 200 antes de J. C.). Después de la proposición de Escipión, el trigo en Roma llegó á valer 1'55 francos el hectolitro (1). Los repartos en la *annona* habíanse dictado con carácter extraordinario, pero poco á poco hiciéronse cada vez más frecuentes. A más, los arrendatarios de los diezmos poseían enormes cantidades de trigo que podían arrojar al mercado. Roma prohibía á las provincias toda exportación que no se dirigiese á Italia.

El Egipto era un país de trigo y César y Craso proclamaron su conquista (65 antes de J. C.).

Los romanos menospreciaban el trabajo y el comercio, pero no despreciaban la ganancia (2). Y así dedicaban á sus esclavos á oficios lucrativos cuando ellos no podían hacerlos directamente. El gobierno entregaba á ciertas sociedades la gestión de los arriendos fiscales y la de las provisiones.

Seguían el consejo de Catón: «Vale más unirse á otros cuarenta y nueve especuladores para tener cincuenta navíos con gastos comunes, y no tener así más que una quincuagésima parte de interés en cada riesgo».

Resultaba de ello una red de sociedades que comprendía á todos los romanos que tenían algún recurso. La ley Claudia (238 antes de J. C.), prohibió á los senadores y á sus hijos, obtener provecho de los navíos y tener intereses en las adjudicaciones públicas; por esta restricción, dicha ley creó dos clases de asociados; reclutada una, especialmente entre los ca-

(1) Mommsen, t. IV, pág. 124.
(2) Fustel de Coulanges, t. I, pág. 259.

balleros, que especuló á luz del día, en tanto que los senadores estaban reducidos á especulaciones ocultas. Aquellos caballeros constituyeron una aristocracia financiera que debilitó al Senado en provecho del cesarismo (1). Esta fué la consecuencia de la moral de Catón, que entre «el prestamista y el asesino no encontraba gran diferencia».

Los altos personajes romanos reservábanse las grandes garantías en los contratos; ellos tocaban los beneficios si los había, y en caso de pérdidas, ejercían su influencia para no participar de ellas.

Cicerón nos ha dejado, en sus escritos contra Verrés, la manera con que los vencedores explotaban á los vencidos; y cuando él mismo gobernó la Cilicia, tuvo que luchar contra hombres como Bruto que exigía de los habitantes de Salamina un interés de un 48 por 100 (2). Queriendo administrar honradamente, solo pudo comprobar su impotencia.

En la antigüedad, los templos eran lugares de transacción. Las fiestas en ellos eran ferias, y ofrecían una mayor seguridad que cualquier otro lugar. Curtius dijo con razón:

«Los dioses fueron los primeros capitalistas de país; los templos las primeras instituciones financieras; los comerciantes confiaban su dinero á los sacerdotes que les ofrecían más garantía y seguridad que cualquiera; y los sacerdotes hacían de banqueros».

---

(1) Mommen, t. IV, pág. 144.
(2) Ferrero, t. II, pág. 213.

CAPÍTULO VI

SEGUNDO PERÍODO: DESDE EL AÑO 476 AL SIGLO XV. EL SISTEMA BULLIONNISTA Y PROTECTOR.

Período desde el 476 al 1500.—Las ferias.—Comercio de lujo.—Los Arabes.—El camino de la India.—Bizancio.—Las Cruzadas.—Búlgaros y húngaros.—Venecia.—Génova.—La Liga del Rhin.—La Liga Hanseática.—Unión del comercio y la política.—El derecho marítimo.—La contabilidad por partida doble.—Sociedades en comandita.—Circulación de los géneros.—El papel de comercio.—Características del comercio en la Edad Media.—*Sistema bullionnista y protector.*—Tres inventos transforman al mundo.

El segundo período, desde el año 476 al 1500, coincide con la Edad Media. Es el período del nacimiento, grandeza y caída del imperio de los Arabes.

La Edad Media se presenta al comercio sin vías de comunicación y sin seguridades.

Todo lo que la familia puede producir, debe producirlo.

El clan, la tribu, debe bastarse á sí misma. Cada granja, cada abadía, cada villa, deben bastarse á sí propias. Las grandes ciudades de la Edad Media cuentan de 10.000 á 20.000 habitantes.

Sin embargo, hay un comercio, y un comercio internacional. Hacíase en las ferias, bajo la protección de señores que sacaban provecho de ellas: la feria de Saint Denis era muy frecuentada en el siglo VII; vinieron después las de Saint-Germain, las de Champagne.

En el siglo XIV fueron reemplazadas por las de Brujas, Colonia, Francfort, Ginebra y Lyón.

El comercio internacional no comienza por los artículos más útiles. La negra compra cuentas de vidrio antes de comprarse una camisa. En los tiempos bárbaros, en la antigüedad, en la Edad Media, las caravanas no podían transportar sobre acémilas más que mercancías de gran valor con poco volumen.

Los grandes comercios de la Edad Media son: las especias y los frutos del Mediodía; 2.°, los pescados frescos y salados, á causa de la cuaresma y las vigilias; 3.°, las pieles; 4.°, los paños finos; 5.°, el vino para las villas de Alemania y de Inglaterra y las pesquerías de arenques del Báltico, de Skanövo y de Falsterbó; 6.°, la sal.

Los cruzados, al volver del Oriente traían tapices, telas de seda, cobres repujados, cristalería, metales labrados, especias orientales; ellos adquirieron el gusto y lo extendieron á las gentes ricas. Venecia lo importó y por el Brenner se extendió por toda Alemania, por Dinamarca, Suecia, Flandes, Holanda é Inglaterra.

Los ingleses compraban los vinos franceses y vendían estaño, plomo y pieles á pueblos cuyo desenvolvimiento comercial era más avanzado que el suyo.

Recibieron el nombre de «pastores de Flandes», porque suministraban la lana á los pañeros flamencos. Eduardo III y Enrique IV, hicieron traer de Inglaterra algunas manadas y prohibieron la exportación de la lana.

La toma de Alejandría por los árabes, cortó el camino de las Indias que se siguió á través de la Tartaria independiente, los establecimientos griegos del mar negro y Bizancio. Los productos eran transportados desde Alemania por los búlgaros y los húngaros que habían hecho de Semlin su depósito.

Por las Cruzadas, los venecianos entraron en relaciones estrechas con Bizancio. En 1172, el emperador Manuel Comneno se apoderó traidoramente de sus navíos y mercancías. Los genoveses y los pisanos solicitaron su lugar, en tanto que los venecianos firmaban un tratado con los árabes, con objeto de renovar sus relaciones con la India á través de la Siria y el Egipto.

El comercio y la política de las repúblicas italianas estaban íntimamente ligados. Unas contra otras estaban animadas de la más violenta rivalidad comercial.

El comercio por tierra, hacíanlo muy difícil las exigencias de los señores.

La Liga del Rhin que comprendía entre otras las villas de Colonia, Wessel y Munster, tenía por objeto resistir á aquellas exigencias. En el siglo XII, Lubeck, Brunswick, Dantzig y Hamburgo, fundaron una Liga para asegurar el comercio en el mar Báltico y mar del Norte. Esta liga se llamó desde un principio *Aenzée steden* ciudad sobre el mar; y por una mala

pronunciación se ha hecho de él la palabra *hanse* (1).

Tenía por lema «Quien pegue á uno pega á todos», y llegó á reunir ochenta villas. La unión no era muy íntima; pero cada año enviaban delegados á una asamblea general que decidía la contribución de cada una de ellas.

La Liga, bajo el impulso de Lubeck, hacía la guerra á los reyes de Dinamarca y de Suecia, concluía tratados de comercio y entendía tener el monopolio de comercio del Báltico. Instalaba factorías, verdaderas fortalezas, en Brujas, en Londres, en Novogorod, en Bergen, gobernadas militarmente, y en que los comerciantes estaban sometidos á reglamentos severísimos. La asociación no era puramente comercial; debía tener, en el estado de guerra en que se encontraba el mundo, un lado político.

Así como perseguía á sus competidores, perseguía la Liga también á los piratas, que tenían su base en Emden y que protegidos por el Conde de Oldemburgo recorrían el mar del Norte y el Báltico.

La moneda de muchas villas tenía un mercardo muy extendido.

En 1494 el monje italiano Paccioli exponía el sistema de la contabilidad por partida doble en su libro. *Summa del arithmética, geometria, proportioni et proportionalia.*

Italia organizaba la sociedad comercial en comandita, en la cual el comanditario no toma parte en la gestión de la sociedad, pero en caso de pérdida no es responsable más que por el importe de su comandita.

(1) Bouley Paty t. I. pág. 78.

En 1300 la casa Peruzzi, tenía catorce industrias y ciento cincuenta agentes.

El comercio en la Edad Media estaba falto de seguridad, no solamente para el transporte, sino para el pago también. Los comerciantes, con razón, no tenian confianza en las monedas tan diversas y tan variables de los señores y de los reyes (1).

Estos querían granjearse los metales preciosos y no consentían que saliesen de sus dominios. En el siglo XV, unos negociantes de Londres fueron encarcelados por haber explotado plata y oro (2). El transporte de las especies era tan peligroso que cuando Michael Behim, de la Compañía de Nuremberg, tenía que enviar 1.000 *gulden* de Breslan á Nuremberg, prefería enviar cera por un valor igual.

Pero entre las plazas hacíanse negocios de acuerdo; era más sencillo cambiar órdenes de pago sobre el papel. *A* de Breslan, debe á *B* de Nuremberg, en tanto que *C* de Nuremberg debe á *D* de Breslan. Los banqueros compraban y vendían, es decir cambiaban los diversos créditos, y sólo tenian que saldar las diferencias en especies ó por otras combinaciones. El transporte de unas hojas de papel proporciona la rapidez, facilidad y seguridad para el saldo de las cuentas. Estas hojas han recibido el nombre de letras de cambio.

Los judíos, excluídos del comercio, comenzaron á demostrar su actividad en los comercios que se les abandonaron; y como no dependían de la Iglesia, que

(1) Yves Guyot, I, libro V, cap. II, pág. 138.
(2) Shaw, págs. 12 y 38.

prohibía el préstamo con interés, ellos lo practicaron; pero los italianos, sobre todo los lombardos, compartían con ellos las operaciones de banca.

El comercio era considerado como un privilegio que el rey ó el señor podía conceder ó privar de él á su antojo. Prohibíase la exportación de artículos de alimentación y de materias primas. Se prohibía la introducción de mercancías que pudiesen competir con las que fabricaban ciertos industriales. La navegación estaba reservada con frecuencia á los buques de la localidad. El comercio extranjero estaba concentrado en algunos puntos de depósito.

El comercio estaba pues, oprimido unas veces, protegido otras por organizaciones en cuyas manos estaba el poder político, y dominado por el espíritu del monopolio.

Tal fase del comercio es *bullionnista* ó *metalista*, porque cada soberano procuraba agenciarse metales preciosos con los cuales obtenían pingües ganancias por el derecho de señorío, por las alteraciones del valor de la moneda, como la libra tornesa y por las alteraciones de la aleación y peso de las piezas.

El comercio dependía de la voluntad del soberano que ejercía habitualmente un proteccionismo empírico.

Tres inventos han comenzado á transformar el mundo: el de la pólvora, atribuído á Roger Bacón (1280); el de la imprenta, atribuído á Gutenberg (1440); y el de la brújula, conocida poco antes del siglo XIII y de uso general á comienzos del XIV.

CAPÍTULO VII

TERCER PERÍODO.—EL COMERCIO DESDE EL AÑO 1500 AL 1789; EL SISTEMA MERCANTIL Y EL ESPÍRITU DEL MONOPOLIO

Comercio desde 1500 á 1789.—Constitución de los grandes Estados europeos.—Descubrimiento de América y del camino á las Indias, por el Cabo de Buena Esperanza.—Importancia del café, del té y del azúcar.—Baja de precios.—Portugal, Felipe II y los países protestantes.—La ruina de España.—Aduanas interiores y corporaciones.—Comercio en grande.—Los banqueros Fugger de Augsburgo.—Bolsas de Amberes y Lyón.—Las grandes Compañías de Indias.—Valores mobiliarios.—Las aberraciones de Law y los tulipanes.—Origen común de las grandes naciones comerciales.—El colbertismo.—Sistema mercantil en Inglaterra.—Las guerras comerciales.—El espíritu del monopolio.—El Acta de navegación.—El pacto colonial.—Ganancias de Inglaterra.—La Liga de los neutros.—Las tarifas de 1664 y 1667.—La revocación del Edicto de Nantes exporta nuestras industrias.—Los Economistas.—El tratado de Comercio entre Francia é Inglaterra, de 1786.—Resumen.

Durante este período que se extiende desde 1500 á 1789 se constituyen los grandes Estados europeos. Este período se abre con el descubrimiento de Amé-

rica en 1492 y con el de la ruta á las Indias por el Cabo de Buena Esperanza en 1498.

El Mediterráneo deja de ser el centro de la actividad económica del mundo. Los precios de las mercancías de lujo del Levante bajan á tal punto que el uso del café, del té y del azúcar comienza á entrar en las costumbres. Desde fines del siglo XVIII, estos tres artículos formaban la cuarta parte de las importaciones de Inglaterra. La importación de los metales preciosos en el mundo antiguo aprovechó poco á España, pero dió gran impulso á los negocios de Flandes y del Norte de Europa. Los portugueses se reservaron el monopolio del comercio del Océano Indico. Anualmente partía para Goa una flota de buques mercantes escoltados por navíos de guerra. El viaje de ida y vuelta duraba año y medio ó dos años. Desde 1580 á 1640, Portugal fué absorbido por España que cerró el puerto de Lisboa al comercio y empeñó á Portugal en la guerra contra los Países Bajos. Arruinándolo, Felipe II preparó la fortuna de los pueblos protestantes contra los cuales combatió toda su vida.

El gobierno español expulsaba á los judíos el mismo año en que Cristóbal Colón descubría á América. Destruyendo las poblaciones y las riquezas de América, destruía los beneficios que hubiera podido sacar del Nuevo Mundo (1).

Se ha exagerado la importancia de la afluencia de los metales preciosos en Europa después del descubrimiento de América, pues hasta 1560 asciende á menos de cien millones:

(1) Yves Guyot, 4.

MEDIAS ANUALES

	Oro.		Plata (ley de 15 1/2).		
	Pesos kil.	Valor millones de frs.	Pesos kil.	Valor total.	Valor millones de frs.
1493-1520	5.800	20,0	47.000	10,4	30,4
1521-1544	7.160	24,7	90.200	20,0	44,7
1545-1560	8.510	29,3	311.600	69,2	98,5

Se simplifica demasiado el carácter de la evolución del comercio cuando se dice que el local se ha hecho nacional. Las aduanas interiores no desaparecían. Hasta 1789, Francia tenía provincias «consideradas extranjeras» que aislábanse tras sus aduanas. Alemania estaba dividida en 350 pequeñas soberanías con aduanas y monedas especiales. Hasta el año 1800, el curso del Rhin estaba cortado por treinta y tres aduanas y peajes. Las corporaciones continuaron repartiéndose la actividad económica, reservándose cada una el monopolio de tal ó cual producción, de tal ó cual comercio. No admitiendo concurrencia alguna, impedían todo progreso.

El comercio al por mayor se desenvuelve; los comisionistas que compran ó venden mercancías para otros, reciben una comisión á cambio de sus servicios y se organizan.

Tenemos la cifra del activo en 1527, de la Casa Fugger de Ausburgo, que había comenzado sus operaciones de banca á fines del siglo XIV. Ella se eleva á 3 millones de florines, de los cuales contábanse 1.650.000 en préstamos; 430.000 en cuentas particu-

lares de los asociados; 380.000 en mercancías (cobre, plata, tisús); 270.000 en minas en el Tirol y en Hungría. Esta casa que había prosperado por sus beneficios de 30 y 50 por ciento sobre empréstitos hechos por el Papa, el Emperador y los reyes de Europa, sucumbió en 1563.

No era solamente la Bolsa de Amberes el centro de los negocios de la pimienta; hacíanse allí ventas públicas de velas de cera; y en el siglo XVI había de ser con la de Lyón, el gran centro financiero del mundo. Los príncipes tenían recursos en ella, se cambiaban millones de florines sin emplear uno solo. Un escrito de 1542, denuncia allí las ventas á término, especulación que consistía en no pagar más que las diferencias. Estas bolsas fueron reemplazadas por las de Amsterdam, Londres, Hamburgo y Francfort. Estos mercados se desenvolvieron con la fundación de la Compañía inglesa de las Indias Orientales (1600) y la Compañía holandesa de las Indias Orientales (1602).

Asistimos ya á la formación de grandes empresas que no dependen más que de una familia como la de los Peruzzi, la de los Médicis, ó la de los Fugger, pero que demandan los capitales al público.

Ellas representan, en relación á la época, Sociedades más poderosas que los *trusts* americanos actuales. Recibían delegaciones de sus gobiernos respectivos, les concedían derecho á tener ejércitos y flotas de guerra. Reunían enormes capitales administrados por algunos directores y pedidos á todos, bajo un registro de portadores de títulos. Estos títulos eran transferibles.

En general, los administradores fueron ineptos y corrompidos. Las compañías entregáronse en perjuicio de las poblaciones con que estaban en contacto, á excesos de que nos ha dado un ejemplo el proceso de Hastings, pero no por eso han dejado de aportar una nueva forma de actividad en el mundo. A la Compañía de las Indias Orientales debe Inglaterra las posesiones que allí tiene. Los estados de la Virginia y Massachusetts han sido fundados por Compañías.

Las extravagancias como las del sistema del Law nada prueban contra estas sociedades ni contra las bolsas; solo prueban la facilidad del público para dejarse seducir por quimeras y crear valores subjetivos.

Cuando se veía á los holandeses hacer en el siglo XVII una bolsa de tulipanes, y comprar y vender por millares de florines, bulbos como los dos de *semper augustus* que no existían, se dijo que las gentes más serias son capaces de todas las aberraciones; y no se les pida, si llegan al poder, que corrijan entre los demás los errores de que ellos mismos son capaces.

Al comenzar el siglo XVII, los Países Bajos libertados de España hacíanse los dueños del comercio del mundo. Los primeros habitantes de aquellas marismas fueron probablemente fugitivos de tiranías ó de invasiones, que refugiáronse en ellas. Tal ha sido siempre el origen de las naciones que han alcanzado un gran desarrollo comercial: Tiro, Cartago, Venecia, los Estados Unidos, en fin.

En 1700, todavía tenían los holandeses más navíos que Inglaterra. Su comercio fué creciendo hasta 1730

y ha conservado su importancia. Pero en 1750 el comercio y la marina británicos conquistaron la preeminencia.

En Francia, Sully, queriendo fomentar la agricultura, había permitido la exportación de los trigos. Colbert, ministro de Hacienda en 1661, hizo en 1664 unas tarifas de comercio bastante liberales, pero las elevó en 1667 (1). El dió una tal perfección al *sistema mercantil* que se ha dado á éste el nombre de *colbertismo*. Este sistema está basado en el balance del comercio: toda importación es una pérdida; la exportación que se granjea los metales preciosos de los otros pueblos, arruina á éstos y enriquece al que la hace.

Sin embargo, como es preciso abaratar las subsistencias á los obreros, prohibe exportar los trigos; como es preciso reservar las materias primas para la industria nacional, prohibe exportarlas. Por el contrario, se fomenta la exportación de objetos manufacturados. Colbert creó las manufacturas reales de Sevres y de los Gobelinos. Hizo traer obreros extranjeros al mismo tiempo que condenaba á galeras á los obreros franceses que fueran al extranjero. Concedió múltiples monopolios para favorecer la industria que al mismo tiempo entorpecía con meticulosos reglamentos.

Inglaterra tenía el mismo espíritu de monopolio y exclusivismo. Prohibía, bajo pena de muerte en caso de reincidencia, la exportación de las lanas finas é imponía la misma pena á la importación de cristales, mercería y quincalla. Para castigar á Francia elevó el

(1) Pierre Clement, 1 y 2.

derecho de los vinos á 19 sh 8 d. por galón ó 24, francos 60 el galón (4 litros 54), ó lo que es lo mismo, 551—650 francos el hectolitro.

La Sociedad de la Paz de Massachusetts (1), ha averiguado, hace unos treinta años, las causas de 286 guerras que han turbado el mundo desde Constantino. No encontró más que cinco que tuviesen por origen querellas comerciales; son demasiado pocas. Desde Francisco I, ninguna de las querellas entre Francia, Inglaterra, Holanda y España, fué exclusivamente política. Todas tienen un carácter comercial que si no aparece siempre en el momento en que se inician, se deja ver en los tratados que las terminan.

Cada una de dichas naciones quiso asegurarse el monopolio del comercio en los mares. El Acta de navegación de Cromwell, de 1651, modificada por la de 1660, que dió á los marinos ingleses el monopolio de la navegación entre las colonias inglesas y la metrópoli, provocó las protestas de Holanda, contra la cual iba dirigida.

El régimen comercial francés, inspirado en la misma tendencia, es conocido con el nombre de Pacto colonial y se resumía en las siguientes disposiciones:

1.° Respecto de los productos coloniales, el privilegio del mercado francés, al cual era obligación conducir aquellos.

2.° Respecto de los productos franceses, el monopolio del mercado colonial.

3.° Exclusión de todo pabellón extranjero para los transportes entre las colonias y la metrópoli.

---

(1) *Dictionnaire d'Econ. pol.*, art. *Paix*.

Este régimen no representa, sin embargo, más que una segunda fase, pues en un principio, aquellas diversas operaciones se hicieron por mediación de una compañía.

Francia pretendía cerrar los mares á Inglaterra y Holanda; Inglaterra quería suprimir el comercio de Holanda, Francia y España; Holanda deseaba mantetener la preponderancia que había tenido en los comienzos del siglo XVII.

Las Compañías holandesa y francesa de la India se arruinaron en guarniciones, construcción de fortalezas y en guerras.

Los europeos pugnaban por excluirse mútuamente por la fuerza y por la intriga.

Sin embargo, desde 1613, decía muy sabiamente Tomás de Broë: «¿Por qué os querelláis? Hay en este país mercancías bastantes para todos vosotros». Inglaterra aseguró su preponderancia en la India. Adquirió el Canadá por el Tratado de París (1763), pero perdió sus colonias americanas (1783).

Intentando cortar el comercio de Francia con sus colonias «Inglaterra había impuesto la regla de que un neutral no tenía derecho á hacer en tiempo de guerra una navegación á que, en virtud del Pacto colonial, no tenía derecho en tiempo de paz».

Los Estados del Norte de Europa á los cuales recurrió Francia, terminaron en 1780 un convenio de neutralidad armada, afirmando que un navío libre podía conducir mercancías libres, excepto contrabando de guerra, y que un bloqueo solo había de ser respetado cuando fuera efectivo.

La nueva tarifa de 1667 fué una de las causas de la guerra de 1672 entre Francia y Holanda. Por la paz de Nimega (1677), Luis XIV tuvo que conceder el restablecimiento de la tarifa de 1664. Cuando estalló la guerra de la Liga de Augsburgo (1688), fué puesta en vigor la tarifa de 1667, tanto contra Inglaterra como contra Holanda; pero de nuevo fué restablecida la de 1664, por la paz de Ryswick (1697). Durante la guerra de sucesión de España, fué aplicada nuevamente la tarifa de 1667, y otra vez restablecida la de 1664 por la paz de Utrecht, que comprendía un tratado de comercio de treinta y nueve artículos. (11 de Abril de 1713).

Mientras Colbert procuraba desarrollar en Francia la industria, la Revocación del Edicto de Nantes dispensaba á los hombres más industriosos, dotados de una gran energía moral, que llevaron por toda Europa las industrias de la cristalería, del papel y de la quincalla. Tales son los protestantes franceses que, refugiados en el Uster, han creado la industria de las telas de Irlanda.

Sin embargo, desde el siglo XVII algunos escritores han hecho resaltar irónicas consecuencias á las que llevaban las medidas inspiradas por el espíritu del monopolio.

Dudley Nort, en sus *Discourses of trade* (1691) dijo: «El mundo entero, en cuanto al comercio, no es más que una sola nación ó un solo pueblo en que las naciones son como miembros de él. Trueque y dinero son la misma cosa. Podemos intentar aprisionar al cuco, *to hedge in the cuckoo,* pero será en vano; nin-

gún pueblo se ha enriquecido jamás por medidas políticas; solo la paz, la industria y la libertad conquistan el comercio y la riqueza» (1).

En 1752, David Hume ridiculizaba el espíritu de *rivalidad comercial.* Los fisiócratas lanzaban la afirmación de la libertad del trabajo y del comercio en la famosa fórmula de Gournay: «Dejad hacer, dejad pasar». Quesnay afirmaba el principio «de la mayor concurrencia posible» y decía esta frase profunda: «Los negociantes de las demás naciones son nuestros propios negociantes» (2).

Adam Smith publicaba en 1776 su libro *Recherches sur les causes et la nature de la Richesse des Nations.*

El 1.° de Febrero de 1783 concluíase la paz de Versalles entre Inglaterra y Francia. M. de Vergennes preparaba con Inglaterra un tratado de comercio que se firmó el 26 de Septiembre de 1786, á pesar de la oposición que encontraba en ambos lados del Canal de la Mancha (3).

En Francia, el comercio no habíase hecho nacional aún. Algunas provincias eran «reputadas de extranjeras» y una mercancía transportada de la Bretaña ó de Guyena á la Provenza sufría siete ú ocho inspecciones y pagaba otras tantas veces un derecho del 10 ó el 15 por ciento de su valor. «Los derechos interiores son en número de treinta y cinco», decía Goudard, firmante del decreto de 5 de Noviembre de 1790, que los abolió.

(1) Schlle.
(2) Yves Guyot.
(3) Citado por Mar Culloch.

Este período se caracteriza por los hechos siguientes: desconcentración del comercio del Mediterráneo por los descubrimientos geográficos, institución de las grandes Compañías coloniales, desarrollo de las bolsas y sociedades comerciales, espíritu del monopolio, Acta de navegación, Pacto colonial, sistema mercantil llevado á su máximum por Colbert, fundado sobre la idea de vender al extranjero apoderándose de sus metales preciosos y dificultar la venta entre los demás países. Este sistema, sin embargo, sostenido por las guerras coloniales, es modificado por los tratados de comercio.

CAPÍTULO VIII

CUARTO PERÍODO: DESDE 1789 Á 1792. LA LIBERTAD DEL TRABAJO Y DEL COMERCIO

Supresión de las Aduanas interiores —Supresión de las Corporaciones.—Tarifa de 1791.—En un régimen de concurrencia cada uno busca la ocupación que le conviene.—La concurrencia es el poder regulador de los contratos.

La Asamblea nacional elegida en 1789 realizó un cierto número reformas reclamadas por los economistas, pero que de algunas de ellas, la mayoría de los miembros hubieron de reconocer de tiempo en tiempo, la necesidad de revocarlas. Por el decreto de 5 de Noviembre de 1790, abolió la Asamblea los derechos interiores.

Por la ley de 2 de Marzo de 1791 suprimió las Corporaciones, señoríos y veedurías y estableció la libertad del trabajo y del comercio en los siguientes términos:

Art. 7.° Está permitido á toda persona hacer el comercio ó ejercer la profesión, arte ú oficio que le convenga.

Después de varias excitaciones, la Asamblea na-

cional adoptó la tarifa de Aduanas de 1791 que es la más liberal que ha tenido Francia hasta 1860.

Este período es el punto de partida de la libertad económica en el mundo.

Sin duda, los *guilds* habían perdido en Inglaterra sus monopolios desde hacía largo tiempo. Gozábase allí de una cierta libertad del trabajo y del comercio.

Pero ha sido la Asamblea nacional la que formuló el principio que, adoptado ó reclamado por todos los pueblos, ha contribuído tan eficazmente á la evolución industrial y comercial del siglo XIX.

En un régimen de concurrencia, cada uno busca la ocupación que le conviene.

La concurrencia es el poder regulador de los contratos, ha dicho John-Stuart Mill (1).

(1) Libro II, cap. IV, § 2.

CAPÍTULO IX

QUINTO PERÍODO: 1793 Á 1815. LA GUERRA ECONÓMICA

Dos grandes guerras entre Francia é Inglaterra.—Las prohibiciones de 1793 hasta la paz de Amiens.—Proyecto de tratado de comercio.—Malta y el comercio de Levante.—Ruptura de la paz de Amiens.—Les *orders in council* y los decretos de Napoleón.—El bloqueo continental.—Las licencias.—Los corsarios.

Comprende este período dos grandes guerras entre Francia é Inglaterra: desde 1.° de Febrero de 1793 al 25 de Marzo de 1802, fecha de la paz de Amiens; y de la ruptura del tratado de Amiens (Abril 1803 á 1815). El decreto del 1.er—4 de Marzo de 1793 de la Convención, anuló todos los tratados de alianza y de comercio. Las prohibiciones contra las mercancías procedentes de los países en guerra con Francia, tenían terribles sanciones; veinte años de prisión á los que intentaran visitarlas. Pero al mismo tiempo, como para la defensa había necesidad de azúcar, hierro, cobre, armas, cueros, hilo de cáñamo y lino, se exceptuaron estos artículos del certificado de origen cuando eran introducidos por la frontera del Este. Cuando

los corsarios vendían sus presas, habían de vender forzosamente mercancías prohibidas. El art. 5.° de la ley de 10 de brumario del año V enumeraba toda una serie de mercancías reputadas inglesas,*cualquiera que fuese su origen.*

Al día siguiente de la firma de la paz de Amiens, Cambacérès aconsejó al primer Cónsul hacer un tratado de comercio con Inglaterra. El Gabinete Addington consideraba que el estado de paz restablecía el tratado de 1786, pero esto no fué admitido por el Gobierno francés.

Según Mollien, Inglaterra se negó á devolver la isla de Malta á sus antiguos propietarios, los Caballeros de la Orden de San Juan de Jerusalén ú Orden de Malta, por no devolver á Francia su comercio de Levante. El 16 de Mayo de 1806 un *order in council* notificaba á los poderes neutrales que quedaba prohibida la introducción de mercancías pertenecientes á los enemigos de Inglaterra, desde el Elba á Brest. Napoleón respondió por el decreto de Berlín de 21 de Noviembre de 1806, declarando «las islas Británicas en estado de bloqueo y prohibiendo todo comercio y toda correspondencia con ellas». Entonces comenzó un cambio *de orders in council* y de decretos. Pero los dos Gobiernos estaban de acuerdo para violar las medidas que ordenaban. En 1810 Inglaterra concedía 18.363 licencias, y se ha dicho que Napoleón había retirado más de 400 millones, cifra que parece exagerada, de las que él había concedido. Estas licencias creaban monopolios en el comercio. Napoleón llegó á vestir á sus soldados con paños de Yorkshire.

El bloqueo continental creó el mayor sistema de contrabando que se ha conocido jamás. Se dice que el bloqueo continental ha contribuído á desenvolver la industria francesa, pues careciendo de materias primas, sólo podía producir á precios exorbitantes y eso encontraba comprador. El bloqueo tuvo por resultado cortar á Francia toda vía marítima, pero también ocasionó una unión aduanera continental de 73 millones de habitantes.

Los detalles de la historia del bloqueo continental muestran los desastres que pueden resultar de las guerras de tarifas, pero prueban también que éstas tienen, casi siempre, consecuencias exactamente contrarias á los resultados que pretenden obtener los que las empeñan (1).

Se fantasea mucho respecto á la potencia destructora de los corsarios franceses que desaparecieron después de 1800. La mayor parte de las mercancías debían llegar á Londres por el canal de la Mancha. Un corsario podía salir por la tarde, hacer su presa y volver por la mañana al puerto. Esto hacía que los barcos mercantes tuvieran que formar convoyes escoltados por buques de guerra. Las pérdidas causadas por los corsarios al comercio inglés, se calculan en un 2 por 100. Pero no había un sólo buque francés en el mar. En 1800 Francia había recibido mercancías de Asia, Africa y América por valor de cerca de 7.500.000 francos y había exportado á dichos países menos de 1.500.000 (2).

(1) Yves Guyot, 6.
(2) Clive Day, pág. 343.

CAPÍTULO X

SEXTO PERÍODO: 1815-1846.—EL PROTECCIONISMO

La industria en la Gran Bretaña.—El algodón.—La flota británica.—La deuda.—Las colonias británicas.—Política económica de la Restauración.—El desquite de los emigrados.—Exclusivismo británico.—M. Huskisson.—Proyecto de tratado de comercio (1822).—Tratado de navegación (1826).—Siempre en vigor.—El Zollverein alemán.

Durante todas estas guerras, la industria inglesa había alcanzado un considerable desarrollo, debido, principalmente, á los grandes inventos de fines del siglo XVIII: la máquina de vapor de Watt (1785), los hornos de fundición de Cort, que en 1783 son el origen de la quincallería y cuchillería de Birmingham y Sheffield, las máquinas de cardar, de hilados y tejidos de Arkwright (1769), de Hargreaves (1770) y de Cartwright (1785).

El cultivo del algodón no se había introducido en Georgia hasta 1786.

En 1861 M. P. L. Simmononds, en una conferencia en *London College*, decía: «Hasta el año 1800 la cantidad de algodón recibida en Liverpool, procedente de los Estados Unidos, había sido muy poco impor-

tante. M. Samuel Maverick, de Pendletón, en la Carolina del Sur, á quien se debe el envió del primer saco de algodón de América á Liverpool, vive aún. El consignatario de este saco hubo de decir á los navieros MM. Wadswarth *and* Turpin, de Charlestown, que no lograba venderlo y que no le enviasen más» (1).

Sin embargo, en 1809, Inglaterra recibió de los Estados Unidos 14.000 balas de algodón; y en 1819, 1.754.000. Estos hechos prueban cuán reciente es la industria del algodón.

La actividad de la industria inglesa desarrolló el consumo de los productos agrícolas. La explotación de la hulla vino á ser una de las grandes industrias del país.

Inglaterra había destruído las flotas de Francia, Holanda y España. En 1815, ella tenía de hecho el monopolio del comercio marítimo. Pero salía de la guerra, debilitadísima por los enormes gastos que había hecho. Desde 1802 á la paz de 1815, esos gastos se elevaban á 1.113.000.000 de libras, 80 millones por año, ó sean 2.000 millones de francos.

Las atenciones de la deuda exigían, en 1816 libras 32.457.000; más de 800 millones de francos.

Se repite oficiosamente que el poderío colonial de Inglaterra data de las guerras del Imperio. Pero, por los tratados de 1815, Inglaterra no obtuvo en Europa nada más que Malta, las islas Jónicas y el islote de Heligoland, y de estas posesiones sólo ha conservado la primera; en las Indias occidentales, Santa

(1) John Yeats, I, pág. 9.

Lucia, Tabago y Trinidad; en la América del Sur, Demethra, y en el Océano Indico, sólo la isla de Ceylán, la de Mauricio y el Cabo de Buena Esperaza. Ella ocupó la costa occidental del Canadá, y se anexionó toda la Australia.

La política económica de la Restauración hubiera debido ser completamente opuesta á la seguida desde 1793 á 1815, dirigida exclusivamente contra Inglaterra. El Gobierno pretendía volver para la refundición general de las tarifas de Aduanas, á la de 1791; pero los emigrados repatriados, siempre grandes propietarios agrícolas, poseedores por el censo del poder político, dueños de las forjas, porque poseían los bosques, exigieron formidables derechos protectores sobre el hierro, los trigos, las lanas y la carne.

Tomaban el desquite contra los consumidores que constituyen el mundo entero. Hasta 1826 no cesaron de gravar las tarifas.

A consecuencia de la célebre potición presentada en 1820 por los comerciantes de la City de Londres, redactada por Tooke, el Gobierno inglés levantó algunas de sus prohibiciones; la de la exportación de las lanas inglesas fué revocada por el acta de 1824 y sustituída por un derecho de dos peniques por libra; en 1824 se permitió á los obreros salir de Inglaterra; pero en 1824 fué rechazado un bill que autorizaba la exportación de las máquinas.

El presidente del *Board of trade*, M. Huskisson, intentó concluir, en 1822, un tratado de comercio con Francia, que se frustró; pero en 1826 llegó á terminar otro que anuló todos los derechos diferenciales

establecidos en los puertos de cada nación á fin de aumentar el precio de las mercancías importadas en los buques de la otra. Este tratado continúa aún en vigor (1).

Alemania permanecía dividida en pequeños Estados independientes, separados unos de otros por Aduanas y diversos sistemas monetarios. Desde 1819 á 1831 hiciéronse grandes y constantes esfuerzos por constituir una unión aduanera que llegó á realizarse el 1.° de Enero de 1834, bajo el nombre de Zollverein, repartiéndose el total entre los diversos Estados en proporción al número de habitantes; sin embargo, Prusia, á la que por tal procedimiento hubiesen correspondido las tres cuartas partes de los derechos, se conformó con no recibir más que los cinco onzavos. Un sistema común de moneda, pesos y medidas, completaba la unificación. El Zollverein no fué completo hasta 1846. Hamburgo y Brema permanecieron fuera hasta entonces (2).

Se ha discutido y se discute aún para saber si los autores de esta organización habían visto en ella una gran obra de política comercial, ó simplemente un medio fiscal de asegurar más fácilmente mayores ingresos aduaneros.

Al mismo tiempo que se establecía la libertad económica en el interior de Alemania, imponíanse derechos á la industria inglesa para proteger la industria nacional. En 1842, empeñó el Zollverein una guerra de tarifas con Bélgica, que duró dos años

(1) Gastón de Bernhardt.
(2) Emile Worms.

y terminó por un tratado de comercio. El Austria no se equivocó sobre cuál había de ser la marcha política que el Zollverein debía seguir.

España había creído tener el monopolio exclusivo del comercio en sus colonias. La emancipación de las de la América Central y de la América del Sur, abrió estos nuevos continentes al comercio del mundo.

Durante este período, en 1842, el Dr. Montgomery descubrió la gutapercha cerca de Singapour, y sin este descubrimiento no existieran los cables submarinos que diez y siete años más tarde habían de unir los continentes.

CAPÍTULO XI

SÉPTIMO PERÍODO: 1846-1880.—EL LIBRECAMBIO Y LOS TRATADOS DE COMERCIO

Travesía del Océano.—Viaje á las Indias en 1840.—*Inglaterra armoniza su política económica con los progresos de los transportes y de la industria, debidos al vapor y la electricidad.—Tarifa para la renta y tarifa para la producción.*—La tarifa británica.—Artículos.—El monopolio del librecambio.—El tratado de comercio de 1860.—*La cláusula de nación más favorecida.*—Perturbaciones políticas.—Las transformaciones del mundo.—Las minas de oro.—La producción de los metales preciosos es una industria secundaria.—La hulla. El hierro.—Los medios de transportes.—El comercio exterior del mundo de 1850 á 1880.—Crisis económicas.

En 1838, antes de la travesía del Atlántico por un buque de vapor, el *Great Western*, aquel viaje exigía cinco ó seis semanas. Un viaje á la India invertía seis meses. Bajo la influencia de las doctrinas económicas de Adam Smith y de Ricardo, bajo la acción del general Thompson, de Cobden y de John Bright, Inglaterra *orientó su política económica en armonía con los progresos de los transportes y de la industria*, debidos al vapor y á la electricidad.

Encontró absurdo intentar disminuir el esfuerzo por el progreso de los medios de transportes y aumentarlo con los derechos de aduanas. En 1842 comenzó una revisión de la tarifa. El 24 de Junio de 1846, el acta propuesta por Roberto Peel rebajó progresivamente los derechos de los trigos, que en 1849 quedaron reducidos á un chelín por *quarter*, ó sea, 0'57 francos los 100 kilos. Inglaterra tuvo por política económica suprimir los derechos poco productivos, onerosos de recaudar, y molestos para el comercio. *Hizo la distinción entre los derechos percibidos para la renta y los percibidos para la protección.* Los percibidos para la renta no pasaban más que sobre los artículos que el Reino Unido no producía; el total de ellos ingresaba, pues, en las Cajas del Tesoro.

Los derechos establecidos para la protección tendían principalmente á impedir la entrada de las mercancías gravadas, no á suministrar ingresos; y además tenían por objeto elevar el precio de los artículos similares producidos en el país que los establecía, asegurando así un impuesto privado á favor de los particulares.

En 1897, la tarifa inglesa no comprendía el único que ha practicado espontáneamente el librecambio. Las demás naciones no siguiendo su ejemplo, le han dado un monopolio que no pedía.

En 1849, Inglaterra revocó el Acta de Navegación de 1661, que había sufrido ya algunas atenuaciones.

Después de los resultados obtenidos por los librecambistas ingleses, después de la propaganda hecha muy especialmente por los librecambistas franceses,

á consecuencia de una entrevista de Cobdem y de Michel Chevalier en Londres, Gladstone, de un lado y Napoleón III, del otro, resolvieron concluir un tratado de comercio cuyos términos fueron decretados en fin de Noviembre de 1859 y que fué firmado en 23 de Enero de 1860 (1). No establecía el librecambio, pero reemplazaba unas cincuenta prohibiciones por la imposición de derechos, en unos nueve artículos. El derecho sobre los azúcares, restablecido el 19 de Abril de 1901, ha elevado el número. Unos sufren los derechos de fiscalización, y sobre otros grava el mismo impuesto que los similares tienen en el interior.

Actualmente los derechos de aduanas gravan á los naipes, la achicoría, el cacao, café, té, vino, tabaco y al azúcar, que entraña la tasación de la sacarina, de las glucosas y de las confituras.

Los derechos de impuesto gravan la cerveza, éter, frutos secos, jabón, perfumes á base de alcohol, y los espirituosos.

Ninguno de estos artículos protege el producto inglés. Todos son derechos fiscales que tienen por único objeto la constitución de la renta.

De todos los países, el Reino Unido ha sido el que por término medio, importaba el 15 por 100 del valor, salvo para ciertos productos metalúrgicos; la reducción de los derechos sobre los vinos á un chelín por *gallon* (4'54 litros) (27 francos por hectolitro). Por otra parte, el 21 de Agosto de 1861, el gobierno francés reducía el derecho sobre los trigos á 0,60 francos por quintal.

(1) Véase el texto *apud Paul Boiteau.*

En los cinco años que siguieron, Francia concluyó varios tratados de comercio: en 1861, con Bélgica; en 1862, con Zollverein é Italia; en 1864, con Suiza, Suecia y Noruega, las ciudades Hanseáticas y los Países Bajos; en 1865, con España, y en 1866, con Portugal y Austria.

El tratado de comercio de 1860, fué violentamente atacado repetidas veces; pero el comercio francés, las industrias francesas, la agricultura, á pesar de los desastres de la guerra de 1870, y de la pérdida de Alsacia y Lorena no cesaron de progresar (1); y en fin, M. de Foville ha demostrado con cifras que tal tratado no había arruinado á Francia.

El tratado de comercio de 1860, aseguró una política de libertad comercial durante veinte años á Europa. *Cada nuevo tratado con la cláusula de nación más favorecida podía producir nuevas rebajas de las tarifas; ninguno podía causar un alza.*

Se ha calculado que desde 1860 á 1880, de 2.140 artículos de aduanas, solamente 136 habían sido recargados; 900 no habían sufrido alteración y 1.104 habíanse rebajado ó suprimido.

Este período se caracterizó desde el punto de vista político, por la Revolución de 1848, que agitó á toda Europa, estableció el sufragio universal y provocó una tremenda reacción política en Francia. Desde 1815, no había habido guerras en Europa; Francia tuvo en menos de diez años la guerra de Crimea y la guerra de Italia; en 1864 estalló la guerra contra Dinamarca; en 1866, la guerra entre Alemania y Austria,

(1) Ver Yves Guyot, 6, pág. 75.

fué el preludio de la guerra franco-alemana de 1870; en 1877, estalló la guerra ruso-turca. En 1858, ocurrió la revolución de la India. Los Estados Unidos fueron desgarrados por la formidable guerra de Separación de 1862 á 1864; y por último, aparte de la guerra de China, Francia se vió empeñada en la desastrosa expedición á Méjico.

Estos elementos perturbadores y destructores de capitales fueron compensados por el descubrimiento de las minas de oro en California (1848), y en Australia (1851), por el desarrollo de los caminos de hierro, por los progresos de la navegación y los de la maquinaria industrial.

Dos cifras bastan para demostrar la importancia del descubrimiento de las minas de oro:

	ORO		PLATA		Oro y plata valor total millones de frs.
	Kils.	Millones de frs.	Pesos.	Valor millones de frs.	
1493-1850	4.752.070	16,367,6	149.826.750	33,249,4	46,617
1851-1875	4.775.625	16,448,5	31.009.825	6,800,0	23,338

La cantidad de oro producido durante este período de veinticinco años ha sido algo mayor que la del producido durante los 358 años precedentes.

Esta afluencia de oro provocó un movimiento comercial é industrial, muy considerables. Se comenzó á expedir mercancías para California, á donde antes no se había exportado nada. La actividad desarrollada por las minas de oro no provino de que *se llevase al mercado mayor cantidad de moneda sino de que*

se introdujeron nuevos capitales en el mundo (1). Estos capitales proporcionaron el poder de comprar á los pobres desheredados que se precipitaron sobre los placeres.

Pero la producción de los metales preciosos no es más que una industria secundaria, desde el punto de vista del valor de sus productos y desde el punto de vista de su función económica.

Se han dado las siguientes cifras para la producción de la hulla y del hierro desde 1850 á 1880:

	Producción de hulla, millones de toneladas.	Proporción.	Producción de hierro, millones de toneladas.	Proporción.
1850	81,4	100	4,4	100
1860	142,3	»	7,1	»
1870	213,4	»	11,9	»
1880	340,	420	18,1	412

La producción y el comercio de la hulla y del hierro ha aumentado mucho más rápidamente que la población.

Si se calcula por término medio en 15 francos el valor de la tonelada de hulla en los pozos de la mina, en 1880, se halla que su extracción total tenía un valor de 5.000 millones de francos. Se puede evaluar la producción del hierro en 3 ó 4.000 millones. Aquel año se habían extraído 160.106 kilogramos de oro evaluados en 551 millones, y 2.326.000 kilogramos de plata que valían aproximadamente 250 millones de francos. Resulta, pues, que la producción de oro y

(1) Yves Guyot, 1, libro V y libro IV, cap. V. *El comercio del oro.*

plata no llegaba á 1.000 millones de francos, alcanzando á 8 ó 9.000 millones la de hulla é hierro.

Si la producción del oro de la California y de Australia hubiese faltado á la humanidad, ésta hubiese sentido, sin duda, algunas dificultades para regular sus compras y sus ventas; pero esta falta de metales preciosos no hubiese impedido el desarrollo de la industria.

En cambio, ¿si la fabricación del hierro hubiese estado siempre reducida al combustible de la leña, hubiere sido posible el establecimiento de los caminos de hierro? Sin hulla para las locomotoras ¿á qué los millares de kilómetros de railes? Sin hulla para los vapores no hubiesen podido ser tan fácilmente transportadas las materias primas á las manufacturas del viejo mundo, y la salida de sus objetos fabricados se hubiese entorpecido.

Toda la industria moderna depende del carbón. La fuerza de un caballo de vapor está calculada en la de tres caballos de tiro, ó sea, la de 21 hombres. Calcúlase en 12.600.000 el número de caballos de vapor empleados en Francia, por la industria, los caminos de hierro y la navegación. Representan, pues, la fuerza de 264.000.000 de hombres capaces de trabajar sin descanso. No es preciso comparar el poder de la hulla con la cantidad que de ella se extrae. En la máquina de Watt, la producción de un caballo de vapor consume cerca de cinco kilos de carbón por hora, cantidad que en las demás máquinas no ha cesado de disminuir.

Durante este período fué descubierto y puesto en

explotación un nuevo combustible, el petróleo. El primer pozo en que brotó, fué abierto en 1859, en una localidad de la Pensilvania que ha recibido el nombre de Oil Creek.

Las evaluaciones del comercio exterior del mundo son inciertas, especialmente las anteriores á 1860. Sin embargo, se ha tratado de establecer la comparación siguiente (1):

	Comercio exterior. Total millares de francos.	Comercio por habitante.
1850	20	19
1860	36	30
1870	53	41
1880	73,5	51

	1850	1880
Comercio	100	367
— por habitante	—	268

Este período está caracterizado por tres grandes crisis económicas: la de 1857; la que comenzó en 1862, en América, alcanzando su mayor intensidad en Londres en 1866, y la de 1873.

Y he de llamar la atención sobre el hecho de que el aumento de producción del oro, no las evitó.

(1) Clive Day, pág. 271.

CAPITULO XII

OCTAVO PERÍODO: DE 1880 A 1908. — REACCIÓN PROTECCIONISTA Y SOCIALISTA

§ 1.—Reacción proteccionista en Francia.—Las dos tarifas de M. Teisserene de Bort y el 16 de Mayo.—Victoria política, capitulación económica.—Las proposiciones de Inglaterra para la renovación del tratado de comercio.—La Convención de 1882.—La ley de 29 de Diciembre de 1891.—Duración de los convenios reducida á doce meses.—La tarifa máxima y la tarifa mínima.—La reacción proteccionista de 1879 en Alemania.—El socialismo burocrático.—La Suiza.—Los Estados Unidos.—El Canadá y la Australia.

§ 2.—Concordancia del proteccionismo y del socialismo.—La sobreproducción, resultado del proteccionismo.—El proteccionismo cierra las salidas —Los derechos compensadores.—La rivalidad comercial.—La anglofobia.—Inglaterra y España.—Inglaterra y las minas de oro.—Inglaterra y Hamburgo.—Los pronósticos políticos de M. Henry Michel, diputado.—La guerra es una industria que no paga sus gastos.—«El pabellón sigue á la mercancía».—Benjamín Constant: la guerra y el comercio.—*El progreso está en razón inversa de la acción coercitiva del hombre sobre el hombre y en razón directa del hombre sobre las cosas*.—La política proteccionista no puede suprimir la división del trabajo entre las naciones.—Solidaridad de los

intereses económicos del mundo.—Contradicciones de los proteccionistas.—Los precios sobre los lugares de producción y de consumo.—Grupos librecambistas.—Las tarifas de Aduanas entre los progresos de la ciencia y de la industria.—La tarifa del primer cable transatlántico.—Derrota constante y fatal de los proteccionistas.

§ 1.—Los proteccionistas franceses no se habían resignado á los tratados de 1860, y en 1872 encontraron el momento favorable para hacer que se volvieran en su provecho los desastres de la guerra. La Asamblea nacional votó el 2 de Febrero de 1872 una resolución invitando al Gobierno á denunciar los tratados de comercio hechos con Inglaterra y Bélgica. Sin embargo, el 7 de Febrero de 1875, cuando M. de Meaux, ministro de Comercio, consultó á las Cámaras de Comercio, 62 de ellas pronunciáronse en favor de su mantenimiento, y sólo 14 votaron en contra. El 9 de Abril de 1877, M. de Teisserenc de Bort, ministro del mismo departamento en el Gabinete de Julio Simón, presentó un proyecto de tarifa general, reproduciendo casi la tarifa convenida en 1860 y aumentando en un 10 por 100 los derechos sobre los hilos y tejidos de algodón.

Un mes después sobrevino la crisis política que se conoce con el nombre del *16 de Mayo*. El mariscal Mac-Mahón echó al Ministerio Julio Simón y disolvió la Cámara. Las grandes metalúrgicos y algodoneros aprovecháronse para hacer importantes manifestaciones de política proteccionista y reaccionaria.

Después de las elecciones, M. de Teisserenc de Bort volvió al ministerio de Comercio, triunfando

desde el punto de vista político; pero cediendo á los requerimientos proteccionistas, hizo una nueva tarifa en que aumentaba los derechos hasta el 24 por 100 de casi todas las mercancías manufacturadas; y la victoria política degeneró en una capitulación económica.

En *the Life of Earl Granville*, lord Fitzmaurice suministra referencias sobre las instrucciones dadas en el mes de Mayo de 1881, por lord Granville á los comisarios sir Charles Dilke, M. W.-E. Baxter, sir Rivers Wilson, M. C. Kennedy y M. Joseph Crowe, para la renovación del tratado de comercio con la Francia: 1.°, mejoramiento general del *statu quo;* 2.° si no se podía obtener este resultado, progresos especiales; 3.°, mantenimiento del espíritu de las obligaciones de 1860.

Los comisarios ingleses tropezaron con una resistencia tal, que Inglaterra rehusó firmar un tratado de comercio, conteniéndose con adherirse al tratado de comercio concluído entre Francia y Bélgica por el convenio de 28 de Febrero de 1882 que garantizaba á cada una de las partes contratantes el trato de nación más favorecida; la igualdad de trato para los buques y su cargamento, excepto para el cabotaje y la pesca; para las marcas de fábrica y los nombres comerciales.

La ley de 29 de Diciembre de 1891 anuló este convenio como todos los demás; ella autorizaba únicamente al Gobierno para aplicar, en todo ó en parte, la tarifa mínima á las naciones que aplicasen á las mercancías francesas el trato de las de nación más

favorecida; el Gobierno podía siempre dejar sin efecto tal acuerdo, notificándolo con doce meses de anticipación.

La ley de 11 de Enero de 1892 estableció el sistema de la tarifa máxima y la tarifa mínima. El Gobierno no debía acordar jamás tarifas inferiores á la mínima. Por otra parte, Francia recobraba la libertad de sus tarifas. Cualquier día podía aumentarlas, no ya sólo en virtud de una proposición del Gobierno, sino de la proposición de cualquier diputado. No hizo falta.

Somos una democracia que comprende 11.000.000 de electores; y desde 1880, la mayoría de los representantes del sufragio universal sigue una política económica calcada en la de los grandes propietarios de la Restauración, y de los 200.000 electores del Gobierno de Luis Felipe. He demostrado (1) que de 100 personas no había cinco que estuviesen interesadas en la protección: que los consumidores de pan y de carne pagaban un impuesto privado á los 138.000 propietarios de explotaciones que tenían más de 40 hectáreas en Francia; que la industria del vestido y la moda, que comprendía un 21 por 100 de la población activa, pagaba un pesado tributo á las industrias textiles protegidas; el comercio, la banca y toda la industria de transportes, tenían interés en la libertad de circulación de las cosas y de los valores; no había, pues, en realidad cinco personas en Francia interesadas en la protección; las demás eran tributarias; y, no obstante, diariamente la mayoría

(1) *La Comèdie protectioniste.*

del Parlamento ponía en práctica esta enmienda á la Constitución; *cada consumidor debe á los grandes propietarios y á los grandes industriales un impuesto proporcional á sus necesidades.* Lo mismo ocurría en los Estados Unidos y en Alemania. Sin embargo, los electores preferían guardar para ellos las sumas que les remitían. Y no era por altruísmo por lo que consentían pagarles; ¿por qué entonces? Sólo por ignorancia.

No fué Francia el único país que se dejó arrastrar por la reacción proteccionista. En 1879, Bismarck perseguía á los socialistas y dictaba leyes de proscripción contra ellos, estableciendo al mismo tiempo derechos de aduana que habían de hacer brotar la industria encerrada hasta entonces como en invernadero y propagar el socialismo. Estableció la oficina imperial de seguros, órgano del socialismo burocrático destinado á disolver el partido socialista demócrata. El resultado fué 3.200.000 votos en las elecciones de 1906. Sin embargo, en 1891, M. de Caprivi hizo una serie de tratados de comercio que enojaron bastante á los agrarios, y Caprivi fué sacrificado á éstos. La tarifa de 1903 fué establecida para satisfacerles (1). Los derechos sobre los cereales y sobre las carnes fueron elevados. Se multiplicaron los artículos á fin de hacer «distinciones» destinadas principalmente á excluir ciertos productos franceses de la cláusula de nación más favorecida, establecido por el art. 11 del tratado de Francfort.

(1) Yves Guyot, **5**, libro VIII, y Raffalvich, **2**, años 1902-1906.

Suiza, bajo pretexto de poder comerciar más fácilmente, ha hecho una tarifa general muy elevada. En cuanto á los Estados Unidos, la tarifa ha venido á ser un dogma del partido republicano (1). Las exigencias proteccionistas son tanto mayores cuanto más fuertes son las industrias.

La tarifa Dingley, adoptada el 24 de Julio de 1897, está aún en vigor; y si en este momento se habla de su revisión, se adelanta que esta revisión no puede hacerse «con seguridad más que por los que están ligados á la causa del sistema protector». Aunque los Estados Unidos no hubiesen recurrido á la protección, se hubieran visto obligados á fundar para sus maquinarias, establecimientos metalúrgicos considerables, pero no hubiesen pagado el enorme tributo que pagan cuando su interés fuera colocarla en su inmenso territorio con los menores gastos posibles. La tarifa Underwood, mantenida por el presidente Wilson, en 1913, suprimió los derechos sobre los rales de acero.

El Canadá y la Australia, tan poco poblados aún, tendrían el mayor interés en que no se elevasen las tasas de aduanas si no fuera por las necesidades de su presupuesto.

Todos estos países retardan su desenvolvimiento económico por la política proteccionista.

§ 2.—El desenvolvimiento del socialismo ha coincidido naturalmente con el desarrollo de la política proteccionista. Desde el momento en que el Estado interviene en el contrato del cambio, debe intervenir

(1) Yves Guyot, **5**, libro VII.

en el contrato del trabajo. Desde el momento en que él garantiza los provechos á una industria, debe garantir los salarios á los obreros. Desde el momento en que el Estado impide ó dificulta la entrada de los objetos extranjeros «para proteger el trabajo nacional» debe impedir la introducción de obreros extranjeros.

Además, el proteccionismo concentra los capitales y la mano de obra sobre ciertas industrias; y los proteccionistas de todos los países concentran sus esfuerzos sobre industrias similares. *La salida de un producto está en razón de los tres factores siguientes: intensidad de la demanda, rareza de los idénticos y abundancia de los equivalentes.*

La política proteccionista en cada país se obliga á provocar la fabricación de los productos idénticos, y por sí misma, restringe la abundancia de los equivalentes; ataja el cambio, y de ello resulta una sobreproducción que excede á los recursos y necesidades de los habitantes en un país; pero como las mercancías tropiezan al mismo tiempo con las tarifas de aduanas de los demás países, sobreviene una baja general sobre las mercancías protegidas; y los proteccionistas claman contra la sobreproducción que han provocado ellos mismos. Se compadecen de los que se encuentran sin trabajo, de lo que en parte, tienen ellos la responsabilidad, y se aumentan los gastos del presupuesto. El industrial se coloca á la puerta del establecimiento en que se le instala el inspector de trabajo y en que se le establece un sistema de dilación. Se opone la legislación industrial social al derecho comercial individualista.

Entonces los proteccionistas declaran que necesitan derechos compensadores, como si añadiendo á los impuestos antes elevados para los gastos públicos, nuevos impuestos privados para los industriales, se disminuyen el precio de reventa de los objetos y se aumentasen los recursos para comprar de los asalariados y consumidores.

El proteccionismo entraña la rivalidad comercial. Sus adeptos creen que solo se puede ganar en perjuicio de otro. Consideran que toda ganancia obtenida por otro es un robo en detrimento suyo. Hemos visto á gente avisada desear la ruina de la Gran Bretaña y aún trabajar por ella; ¡excelente medio! ¡arruinar al mejor de nuestros clientes para encontrar salida á nuestros productos!

Desde 1882 á 1885, especialmente bajo ciertas influencias de que hablaré algún día, desde 1894 á 1902, periodistas y hombres políticos fueron arrastrados contra la Gran Bretaña por una demencia que nos condujo á la loca y vergonzosa empresa de Fashoda. Los protagonistas de la política colonial considerábanse como obligados á ser anglófobos; y sin embargo bastó á Inglaterra, cerramos sus depósitos de carbón para que no pudiésemos enviar un navío á la Indo China. Aquellos no le perdonaban que opusiera en sus colonias la política de la «puerta abierta» á la política de la «puerta cerrada».

A pesar de las enseñanzas económicas y de la experiencia, numerosos diplomáticos y ministros, sin contar industriales, comerciantes y publicistas repipiten que «Inglaterra ha destruído las fábricas de

paño de España para obligarla á comprar su productos».

Los mismos hombres perspicaces declaraban que si Inglaterra no se sometía pacíficamente al *ultimatum* de Kruger, el 9 de Octubre de 1899, era para apoderarse de las minas de oro; como si éstas no fuesen de la propiedad privada de sus accionistas. Después el tema ha cambiado.

Los mismos hombres afirman que la *Entente cordiale* no tiene otra razón de ser por parte de Inglaterra, que para ligarnos con ella en una guerra contra Alemania. ¿Por qué había de hacer Inglaterra la guerra á Alemania, que es su principal cliente? Los tres países que absorben las mayores cifras de su exportación son los siguientes:

	Millones	de ibras	esterlinas.
	—	—	—
	1905	1906	1907
Alemania.	29,7	33,5	41,3
Estados-Unidos	23,9	27,7	30,9
Francia.	16,	20,3	23,3

Un diputado M. Henry Michel no ha temido repetir en la tribuna las hipótesis de estos profundos políticos.

¿Cederá Inglaterra la plaza á Hamburgo, sin intentar atajarle por la fuerza? (1).

Pero si Inglaterra tuviese que hacer la guerra á toda nación que posea un gran puerto en Europa, tendría que hacerla á Bélgica que posee el puerto de Amberes, y á Holanda por Rotterdam; porque si el

(1) Sesión del 19 de Noviembre de 1906.

movimiento de Hamburgo era en 1906 de 11.030.000 toneladas de portazgo á la entrada, el de Amberes era de 10.844.000 y el de Rotterdam de 9.045.000.

Tales puerilidades no se recelan porque todo inglés sabe que *la guerra es una industria que no paga sus gastos.*

Sin embargo, aún se repite en todos los tonos que el comercio sigue á la bandera; entonces España debió tener un gran comercio con la América del Sur, aún sin monopolio. ¿Según eso, el comercio de Alemania estaría limitado á los 15.968 habitantes de raza blanca, soldados y funcionarios, y á los 12 millones de negros y de Papúes que pueblan el Togo, el Camerón, el Africa occidental alemana, la Nueva Guinea alemana, el archipiélago de Bismarck, las Marianas, las Marshall y las de Samon? Y según el *Almanaque de Gotha*, el comercio de estas colonias y territorios del protectorado alemán, habríase elevado á 32 millones de marcos por la importación de mercancías procedentes de Alemania y á 17 millones por la exportación á la metrópoli. Y no serían Alemania y los Estados Unidos los países con los cuales tiene Inglaterra su mayor comercio. Y no sería Inglaterra á donde enviase Francia el 25 por 100 de su exportación; sería á Taití, San Pedro y Miguelón, á la Guyana, á Madagascar, al Sudán, á la Indo China y á Argelia! Y como los Estados Unidos no tienen otras colonias que las Islas Filipinas y el pabellón de su marina mercante es muy raro en los mares, no tendrían comercio exterior.

Benjamín Constant tenía razón al decir que «de dos

medios de conquistar, la guerra es el impulso salvaje y el comercio el cálculo civilizado; por consiguiente, cuanto más se desarrolla la tendencia comercial, más se debe debilitar la tendencia guerrera» (1).

El mal actual proviene de volver la civilización guerra contra la civilización científica é industrial. A la cabeza de este movimiento se encuentra el emperador de Alemania que concibe la industria organizada militarmente, y en Francia encuentra á hombres numerosos é influyentes que, por un sentimiento de humildad muy habitual en los vencidos, ponen su honor en hacerse plagiarios de Alemania. Esos hombres están secundados por los socialistas franceses que, tomando de Alemania también su concepto de caporalismo, quieren, de acuerdo con los discípulos de Bonald y de José de Maistre, transportarnos á la corporación del antiguo régimen (2). Todos combaten el esfuerzo individual, demandando del Estado la sustitución de los contratos por las disposiciones de la autoridad; pero si, en vez de sus derechos, reclaman favores y protecciones en el interior, cómo no pedirlos contra los concurrentes del exterior?

Proteccionistas y socialistas están de acuerdo para condenar la concurrencia económica y reemplazarla por la concurrencia política.

En el interior esta concepción conduce á la legislación de clases, al gobierno por la policía y á la guerra social.

En el exterior, al proteccionismo, á las guerras de

(1) Benjamín Constant, t. II, pág. 140.
(2) Yves Guyot, 7.

tarifas y hasta puede arrastrar á las guerras internacionales.

Ella agobia á los presupuestos con la doble carga de una legislación de espoliación, so protexto de una legislación social y de pasados gastos militares.

El concepto socialista denuncia al comerciante y provoca una legislación intervencionista y medidas de policía que, con el pretexto de proteger al consumidor, hacen de cada comerciante un sospechoso y lo exponen á toda suerte de riesgos judiciales.

El concepto proteccionista provoca las luchas de región á región, de industria á industria, y subordina los intereses generales del país á los intereses particulares.

La política proteccionista y la política socialista están en contradicción con el criterio siguiente del progreso humano: *El progreso está en razón inversa de la acción coercitiva del hombre sobre el hombre y en razón directa de la acción del hombre sobre las cosas.*

A pesar de todos estos obstáculos, hombres enérgicos no retroceden ante las empresas comerciales é industriales. Unicamente se retraen y hacen retraerse á los capitales que emplean, ante los riesgos que no se derivan de las condiciones económicas, sino de las intervenciones políticas.

Se ven obligados á hacer esfuerzos que no se necesitarían para obtener un resultado igual, y este aumento de esfuerzos se traduce en carestía ó lo que es lo mismo, en una disminución de posibilidad de compra que disminuye la demanda.

A pesar del viejo concepto de que una tierra, un

predio, un grupo, una nación deben bastarse á sí mismos, los más fanáticos proteccionistas consumen algodón que solo se produce en la Beauce, toman café que viene del Brasil, té de la China ó de la India y chocolate hecho con cacao de Nicaragua. *La política proteccionista no puede suprimir la división del trabajo entre las naciones.*

Las *Tariff Reformers* inglesas corrigen la vieja idea de sus hombres de Estado del siglo XVIII, según los cuales el Imperio británico debiera bastarse á sí mis-

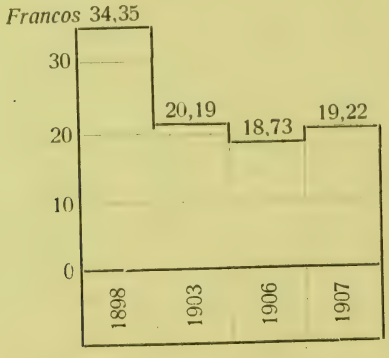

GRÁFICO I. – Precio de transporte de tonelada de trigo de Chicago á Liverpool.

mo; pero no dicen de dónde hubiese tomado la Gran Bretaña sus lanas cuando los rebaños de la Australia quedaron reducidos á la mitad, á consecuencia de la sequía, si no hubiese podido recurrir á la República Argentina. Ni el Canadá ni la India tienen una pro-

ducción regular de trigo; y si el Lancashire no tuviese más algodón que el de fibra corta de la India, veríase obligado á hilar otros números que los que hacen su fortuna.

Si la Europa occidental no pudiera traer cereales de las Américas del Norte y del Sur, de la India, la Australia y de Rusia, veríase en su perpétuo estado de escasez, excepto Francia; y Francia no produce la cantidad de trigo suficiente para asegurar á cada uno el consumo de pan de dicho cereal (1).

Los mismos gobiernos que elevan los derechos de aduanas demandan capitales á los contribuyentes para mejorar los puertos. Muéstranse fervorosos partidarios de navíos cada vez mayores, cada vez más rápidos, que abaraten los gastos de transportes. Multiplican las redes de los caminos de hierro como si *todos los progresos de los medios de transportes no diesen por resultado una subida de los precios en los lugares de producción y una baja en los de consumo* (2).

Por la fuerza de las cosas, los grupos que pueden practicar entre sí el librecambio se hacen cada vez más importantes. En Alemania, según el empadronamiento de 1905, 60.614.000 personas; en los Estados Unidos, 86.000.000, comercian sin las barreras de la aduana; y yo admiro á la Suiza que quiere aislar á sus 3.300.000 habitantes.

Sin embargo, los tratados de 1860 han hecho su obra; ni M. Meline, ni M. Bismarck, ni los agrarios de país alguno han podido volver al sistema de pro-

(1) Yves Guyot, *la Comedie proteccionniste.*

(2) Yves Guyot, 1.

hibiciones de entrada y salida, ni á las tasas sobre las materias primas, que existían antes de aquellos tratados.

Yo he contribuído á demoler la más formidable organización proteccionista que existió sobre el continente europeo; la organización de la industria de los azúcares, con sus bonos y sus primas. Gracias á sir Michael Hicks Beach, á M. Smeet de Neayer y á M. Caillaux, la obra está tan bien terminada que si, por consecuencia de una extraña aberración, el Gobierno inglés hubiese roto completamente con la Convencion de Bruselas (1908), Francia, Alemania, Austria-Hungría, Holanda y Bélgica, la hubiesen mantenido (1),

Este año se ha celebrado el cincuentenario de la colocación del primer cable transatlántico. Transmitía seis palabras por minuto; cada palabra pagaba una libra, y el despacho había de pagar como mínimum por 20 palabras. Supongamos que las gentes demandasen de los Gobiernos que tomasen medidas para restablecer aquella lentitud y aquella tarifa. Podrían justificar su proposición declarando que la rapidez y la baratura de los despachos facilitan las transacciones y nivelan los precios en los mercados; pero serían acogidos como grotescos. Y ¿qué hacen los proteccionistas, cuando piden derechos de aduanas para encarecer la producción y los transportes? Piden que el Gobierno obligue á los intermediarios á volver á los antiguos precios de reventa: y ¿por qué harían el ridículo pidiendo el restablecimiento

(1) Yves Guyot, **8**.

de la tarifa del primer cable transatlántico, y no son ridículos pidiendo al Gobierno que restablezca, por medio de los derechos de aduanas, las tarifas de transportes, que la máquina Compound, los progresos de la metalurgia y el menor coste de las construcciones navales han reducido?

El proteccionista es un hombre que acecha los progresos de la ciencia y de la industria para impedir á sus compatriotas que se aprovechen de ellos. Cada vez que uno de estos progresos reduce el precio de reventa de un producto, el proteccionista evoca un espectro, un coco, y grita á sus compatriotas que deben templar ante un nuevo peligro, ante el riesgo que les amenaza de poder satisfacer algunas de sus necesidades con menores gastos. Bueno que cada uno repita: ¡Que yo quiero ser muy rico! Se conduela de no tener recursos para realizar completamente sus deseos, y la mayoría le escuche y renuncie á sus ventajas en favor de aquél.

Al mismo tiempo, cada uno de estos proteccionistas procura comprar lo más barato posible aquel objeto, cuya baratura rehusó consintiendo el derecho de Aduana.

Mañana, un nuevo perfeccionamiento, una nueva invención, abarata más aún el precio de venta del objeto tasado. En su lucha contra el progreso de fuera, el proteccionista está condenado á fatales derrotas. Le es imposible atajar el esfuerzo constante de la humanidad hacia la reducción del precio de venta, como fué imposible á los jueces de Galileo detener el movimiento de la Tierra.

La estadística lo prueba. El Instituto Estadístico de Amberes ha dado las siguientes cifras para el comercio internacional. El último período de libertad comercial es el de 1876-1880:

	IMPORTACIÓN	EXPORTACIÒN	
	MEDIA ANUAL		
	Millones de francos.		Totales.
1876-80	39	34	73
1886-90	44	38	82
1899-00	54	48	102
1901	61	54	115
1902	62	55	117
1903	66	59	125
1905	72	68	140
1906	77	74	151

Los proteccionistas quieren impedir á sus países respectivos la importación; y en todos los países que no están entrampados en el exterior, la importación excede á las exportaciones. A pesar de sus esfuerzos el comercio exterior ha aumentado en un 105 por 100. Yo reconozco, sin embargo, que los proteccionistas pueden decir:—Sin nuestra política aduanera el desarrollo de los cambios internacionales hubiese sido más considerable, y si no hemos podido suprimirlo, al menos los hemos disminuído.

CAPÍTULO XIII

RESUMEN

La noción del cambio supone un cierto grado de civilización. Ha habido una fase precomercial. Algunos viajeros han podido observar pueblos en tal estado.

Ha habido un comercio prehistórico de que nos ofrecen el tipo algunas poblaciones observadas.

La historia del comercio se puede, pues, dividir en ocho períodos, de los cuales cada uno tiene un carácter especial.

Primer período: comercio de la antigüedad desde los tiempos prehistóricos hasta después del 476 J. C. *Régimen previsor.*

Segundo período: de 476 á 1500. —Régimen bullionnista y protector.

Tercer período: desde 1500 á 1789.—El sistema mercantil, el espíritu del monopolio y las guerras comerciales.

Cuarto período: desde 1789 á 1792.—La libertad del trabajo y del comercio.

Quinto período: desde 1793 á 1815.—La guerra económica.

Sexto período: desde 1815 á 1845.—El proteccionismo sistemático.

Séptimo período: desde 1846 á 1880.—El librecambio y los tratados de comercio. *Inglaterra orienta su política en armonía con el progreso de los transportes y de la industria, debidos al vapor y la electricidad.*

Octavo período: Reacción proteccionista y socialista. Lucha de la civilización guerrera contra la civilización económica. Contradicción entre los progresos de la ciencia y de la industria y el proteccionismo. Esfuerzo para reemplazar la concurrencia económica por la concurrencia política. Derrota fatal de los proteccionistas.

LIBRO III

El derecho comercial.

CAPÍTULO PRIMERO

EL DERECHO CIVIL Y EL DERECHO COMERCIAL

§ 1.—La costumbre.—Mantenimiento de las situaciones creadas.—Ceremonias y testigos á falta de contratos escritos.—El formalismo civil.—Supervivencia.—Grupo cerrado.—Estatuto y diligencias de contratos en el seno del grupo.—El comercio actos repetidos de cambio.—*El convenio es la ley de las partes.*—Carácter variable é individualista del derecho comercial.—*El derecho civil es imperativo, el derecho comercial es contractual.—En Atenas, respecto de los convenios.*—El *jus naturale* ó *jus gentium* proviene del comercio.—*El derecho comercial es internacional.*—Aduanas y contribuciones indirectas.—Contratos que necesitan una sanción jurídica.—En lugar del juez civil impuesto, el juez comercial elegido.—El derecho comercial de las repúblicas italianas.—El cónsul, en Florencia; sus sentencias son ejecutadas solamente por el Estado.—El rey de Francia, protector de los comerciantes.—Igualdad de las personas ante el derecho comercial.—Unificación del derecho comercial.—El derecho civil es anterior.

§ 2.—El derecho marítimo es la parte primeramente constituída del derecho comercial.—Las *Leyes rhodias*.—El derecho romano.—El *Código de Teodosio*.—El *Consulado de mar*.—Los *Juicios de Oleron*.—La ordenanza de Wisby.—El respeto al contramaestre.—La Liga Hanseática y el derecho marítimo.—La ordenanza de 1681 y el código de comercio.

§ 3.—La ordenanza de 1673.—Las *ordenanzas de 1673 y 1681, han inspirado el derecho comercial moderno*.—El código de comercio de 1807.—El código de comercio alemán.—En Inglaterra y en los Estados Unidos no hay derecho comercial; todo el derecho está basado sobre el contrato.

§ 1.—En la constitución de los grupos, tribu, fratria, clan, etc., el derecho está regulado por la costumbre. El jefe tiene una autoridad, limitada por la tradición de los antepasados y colocada bajo la protección de poderes sobrenaturales. Él reparte las tareas y los bienes. El ideal es el mantenimiento inmutable de la posición de cada uno. Como los hechos importantes no están comprobados por documentos escritos, se les rodea de ceremonias con objeto de grabarlos en la memoria, y se apela á numerosos testigos que puedan asegurar la validez del acto. En Atenas misma, en los tiempos de Demóstenes, en que se sabía leer y escribir «los comerciantes reclamaban pocos testigos cuando percibían, pero hacían venir gran número de ellos cuando pagaban (1)». Nosotros hemos conservado esta costumbre para la ceremonia del matrimonio y aún tenemos en el derecho civil un cierto número de actos solemnes.

---

(1) Demóstenes *contra Phormion*, t. V., pág. 256.

El notario es el guardian de los ritos del derecho civil y nuestro procedimiento civil es un vestigio, actualmente mantenido, no en interés de los clientes, sino por un interés fiscal, del formalismo que debía rodearse el aparato judicial para que presentase alguna garantía, en épocas en que el documento escrito era difícil de establecer y conservar. Se olvidan con harta frecuencia, al comparar con las sociedades modernas las antiguas ó poco avanzadas en evolución, las profundas modificaciones aportadas por el uso del papel en todos los actos de la existencia.

El grupo era cerrado; los actos estaban regulados por el estatuto; los individuos no tenían que hacer contratos personales entre sí; la autoridad gobernaba sus actos; no se compraban ni se vendían entre sí, primeramente, porque producían las mismas cosas y tenían las mismas necesidades; después, porque el jefe regulaba la parte de cada uno. Cuando los grupos de familias ó de tribus formaron la ciudad, los jefes de familias ó el jefe de la familia preponderante mantuvieron este derecho imperativo é inmutable que tenía por objeto la conservación de la familia y de la propiedad inmueble en la familia.

Como anteriormente hemos visto al estudiar el comercio primitivo, el comercio establecíase entre grupos diferentes, habitantes de localidades que daban productos diferentes. En un principio pudo ser un monopolio ejercido en nombre de todo el grupo; pero el cambio incita á los individuos, vendedores y compradores, á proceder por cuenta propia. La mujer que desea un adorno, lo desea para ella, y el comerciante

que lo vende, desea obtener el beneficio para sí.

El comercio se compone de actos repetidos y rápidos. El formalismo existente, no para permitir el cambio de los inmuebles sino para asegurar la conservación, no sabría convenirle.

El comerciante no espera, para comprar y vender, la autorización de un jefe; falta que él se decida; él debe tener la iniciativa para comprar y vender en momento oportuno y en buenas condiciones. La tradición del adorno, del arma, de la herramienta, del grano, constituye la prueba de que el cambio se ha hecho. Desde el origen del comercio, *todo comprador y vendedor ha considerado que el comercio es la ley de las partes. De ahí, el carácter variable é individualista del derecho comercial* (1), *en tanto que el derecho civil primitivo que tiene por objeto la conservación de la familia, la consolidación de la propiedad y de la heredad, es tradicionalista conservador y gregario. El derecho civil es imperativo; el derecho comercial es contractual.*

Atenas es la más individualista de las ciudades de la antigüedad y en ella precisamente es donde encuentra mayor libertad el comercio. Se le atribuye la invención de la moneda de plata, la organización del crédito y el seguro de mar por el préstamo á la gruesa. Los comerciantes no tenían necesidad de separarse del derecho civil y crear tribunales especiales, y cuando Demóstenes decía: «Las leyes quieren que toda promesa libremente hecha sea obligatoria», afirmaba que el derecho ateniense estaba basado en el respeto de los convenios.

(1) Thaller.

Roma ha tomado su derecho comercial de los griegos. El verdadero romano era avaro, pero buscaba su riqueza en la guerra.

Adoptaba los dioses de otros pueblos, la filosofía griega, y encontraba bastante útil el comercio para que los negociantes no tuviesen necesidad de constituirse en corporación para protegerse.

El comercio es el origen del *jus naturale* ó *jus gentium*, del derecho natural ó del derecho de gentes, tal como lo entendían los romanos.

Habían reunido en derecho aparte, á las instituciones comunes, á las tribus italianas y á las diversas naciones con las cuales estaban en contacto. Consideraban el derecho romano como muy superior, pero habían introducido en él ciertas reglas generales, según las cuales no había diferencia, ante los tribunales romanos, entre ciudadano y extranjero, hombre libre y esclavo agnado ó cognado (1).

El derecho comercial es internacional.—En la antigüedad y en la Edad Media, el comerciante era ambulante. Probablemente hacíase protegido de un habitante que acogíale como huésped. En la lista de los corredores de la Edad Media y en la de los intérpretes y cicerones de los navíos que se encuentran siempre en los puertos, se hallan vestigios de aquella costumbre.

Cuando el comerciante extranjero intentaba fijar su residencia, asignábasele un lugar fuera de la ciudad. Los venecianos, en los países musulmanes, estaban sujetos á este régimen; lo aplicaban á los

(1) Summer Maine, págs. 48 y 88.

comerciantes alemanes; y hoy lo volvemos á encontrar, en los puertos chinos, los barrios europeos. Las mercancías importadas estaban sujetas á un derecho de entrada, creyéndose que se le hacía pagar al extranjero, cuando en realidad sólo lo pagaban los compradores. Y este es el origen de las aduanas y de las contribuciones indirectas, que todavía creen pagadas por los vendedores muchos hombres de Estado.

Estos vendedores y compradores de países, ciudades y razas diversas, no tienen lazo jurídico alguno entre ellos. Establecían usos para la regularización de sus cuentas. La fijación de plazo, exigida durante largo tiempo como ley general, para la validez de la letra de cambio, muestra que el precio de compra de una mercancía es para un individuo en una ciudad el mismo que en la del comprador (1). El préstamo, el depósito, el arriendo, el mandato, tales son los sujetos de contratas que necesitan una sanción jurídica.

Los magistrados de la ciudad tenían con frecuencia un poder teocrático, al que eran sometidos los criminales. En el derecho comercial los comerciantes escogían sus jueces. En casos de conflicto, nombraban en el momento del contrato el árbitro que había de interpretar lo convenido y asegurar la ejecución *ex aequo et bono;* y nuestros tribunales de comercio no son más que la continuación de aquella costumbre.

En las Repúblicas italianas todas las instituciones estaban subordinadas al negocio. Se ha dicho que la

(1) Thaller, pág. 51.

república de Génova no era más que la extensión de una sociedad por acciones, formada con ocasión de las Cruzadas por corsarios de la Liguria (1).

Florencia, Génova y numerosas ciudades italianas establecieron en la Edad Media reglamentos de derecho privado, aplicables al comercio. Se conserva el estatuto de los genoveses, que data de 1143, relativo á la colonia de Péra. Se tiene, no sólo los estatutos de las corporaciones de arte de Florencia, sino también los que fueron aceptados por la comunidad de los comerciantes y la unión de las cinco corporaciones de la ciudad, *la Mercanzia*, establecida en 1307. Comprendía cinco artes, los de la Calimala, los cambiantes ó *cambiatori*, los de la lana, los comerciantes de la Puerta Santa María y los *medici e speciali merciariorum*.

Estos estatutos no tenían por objeto resolver las disputas entre los miembros de la corporación, sino desenvolver sus negocios con los extraños, dando toda seguridad á los extranjeros que trataban con los florentinos; les compraban, les prestaban ó les abrían crédito; y esto, por medio de reglas precisas para los contratos y por la institución de una jurisdicción, el consulado, perteneciente á cada corporación, y que ofrecía á los extranjeros la garantía del interés que la corporación tenía en hacer una justicia legal, rápida y clara.

El juez podía ser rechazado. Un florentino podía recusarlo y recurrir al juez del Estado; pero desde aquel momento quedaba excluído de la corporación.

(1) Vincens.

El consulado no podía ejecutar; debía trasladar su juicio á los agentes del Estado. Todo extranjero que iba á establecerse en Florencia, debía obligarse á aceptar la jurisdicción del cónsul.

Después de la fundación de *la Mercanzia*, los cinco cónsules delegaban en un «oficial» para que dictaminase sobre todos los asuntos, bien entre miembros de dos artes diferentes, ó entre extranjeros y nacionales.

Más tarde tuvo el derecho de hacer ejecutar sus sentencias. Pudo proceder al arresto del demandado, si no producía caución; pudo decretar el embargo contra él y poner sus bienes en venta. El oficial investido de este poder sólo permanecía cuatro meses en funciones.

Este derecho contractual era personal. El negociante florentino ó genovés llevaba con él su legislación y su jurisdicción, como condición simultánea de sus ofertas de mercado (1).

En Francia, para resistir á los señores feudales, el rey se rodeó de legistas y de hombres de negocio, mostrando así á todos que no era el protector de la aristocracia.

Por el contrario, en Inglaterra los comunes y los lores estuvieron de acuerdo para resistir á las usurpaciones del rey.

El comercio tiene por punto de partida la igualdad entre los dos contratantes: vendedor y comprador. Si esta igualdad no existe, uno de ellos es defraudado. El derecho comercial, que es la sanción del contrato

(1) Thaller, pág. 87.

consentido, no se ocupa de la calidad de las personas: las considera iguales; no conoce más que de las condiciones del contrato. Entre las cosas vendidas ó compradas y las personas, establece una completa separación. El derecho comercial, respondiendo á necesidades generales, fué unificado cuando el derecho civil permanecía diversificado por las costumbres locales. Las ordenanzas de comercio por mar y tierra (1673 y 1681), que regulan las materias comerciales en toda Francia, proceden de los estatutos italianos. Ellas han inspirado el Código de Comercio de 1807 y todo el derecho comercial de la Europa continental.

§ 2.—La parte del derecho comercial primeramente constituída, es el derecho marítimo. Se remonta á los fenicios y á los cartagineses, y se atribuye su codificación á los rhodios, en el siglo IX (antes de J. C.). Las *leyes rhodias* han sido publicadas en 1561 por Simón Scordius y á continuación por Leunclavius y Marquart Frétier, en Francfort, en 1596; pero sólo se conocen por la adaptación que de ellas han hecho los romanos. Las leyes penales de los rhodios referíanse á los crímenes cometidos por los marineros entre sí, y los cometidos contra la mercancía y el navío, esto es, contra el equipaje y los pasajeros. A los cometidos entre los marineros no se les concedía gran importancia. Para los crímenes cometidos contra la mercancía y contra el navío, las sanciones eran implacables, pues la navegación está fundada en la confianza del armador y del negociante. Las leyes de policía concernían á las condiciones necesarias para

la partida de un buque, y las indemnizaciones en caso de encallamiento, naufragio ó cualquier otro siniestro. Los artículos 11, 19, 20 y 23 prescriben que el acto de arriendo debía ser hecho siempre por escrito. Es poco probable que se remonten al siglo IX; pero ellos dan idea de la preocupación que ya existía, en las más atrasadas épocas, de determinar exactamente el contrato. Las *leyes rhodias* determinaban las fianzas, á interés elevado, para los fletes. Ellas atestiguan dos formas de sociedades; una en que todos los asociados ponen á la vez su capital y su industria y otra en que unos aportan los fondos y otros su industria. Las *leyes rhodias* preveían los accidentes, las averías de las mercancías y las de los navíos. Otorgaban una gran confianza y una gran consideración al capitán. Todos los usos náuticos de los atenienses, de los marselleses y de los romanos, representan la tradición de las *leyes rhodias*.

Una contestación atribuída al emperador Antonino muestra que si se aceptaban decisiones personales y variables en el derecho civil, considerábase que la ley marítima debía ser inflexible. Solicitado para que resolviese una cuestión marítima, hubo de responder: *Dominus sum terræ, lex autem maris:* «Yo soy el soberano de la tierra, pero la ley es la soberana del mar.»

El libro VII del *Código de Teodosio* (436 después de J. C.), se ocupa de la navegación y del comercio marítimo; el título XVI ampara el transporte de las mercancías entre las naciones bárbaras; el título V del libro XIII contiene treinta y ocho disposiciones

que conceden ciertos privilegios á los conductores de buques y otras que tienden á reprimir los fraudes.

De los doce libros del *Código de Justiniano* (529 y 534), tres, el IV, el VI y el XI contienen leyes concernientes al comercio y á la navegación. Los títulos I y II del libro XIV del *Digesto* (533) y los títulos V y IX del libro XLIV tratan diversas cuestiones de comercio y de policía marítimas. Igualmente se encuentran en *Las Basílicas* (877). «Los romanos, dice Emengois, recogieron en sus propias leyes lo que había de esencial en las de los rhodios.»

Durante la Edad Media se instituyeron en el Levante y sobre las costas de la Berbería magistrados á los cuales se dió el nombre de cónsules, para la seguridad y la policía del comercio.

El *Consulado de los mares*, que parece ser obra de los pisanos, fué una recopilación de las leyes náuticas en uso. Los pisanos le dieron un carácter sagrado, haciéndolo bendecir por el Papa Gregorio VII, en la Iglesia de San Juan de Letrán. Y fué universalmente aceptado.

Los *Juicios de Olerón*, promulgados en el año 1150, contienen cuarenta y siete artículos fundados sobre la jurisprudencia. Una villa de la isla de Gotland, que en los siglos XI y XII era el depósito en el Báltico del comercio oriental que pasaba por Rusia, Wisby, produjo una recopilación de leyes marítimas.

El artículo 12 de los *Juicies de Olerón* y el artículo 24 de la *Ordenanza de Wisby*, muestran la importancia que se concedía á la disciplina.

El marinero que pegaba á su contramaestre era

condenado á pagar 100 sueldos ó á perder la mano. Según Olans Magnus, en su *Historia de Septentrion*, su mano era clavada al mástil del navío con un cuchillo muy cortante, y el castigado no podía desasirla más que hendiendo el cuchillo á cada esfuerzo.

La Liga Hanseática estaba fundada sobre un concepto jurídico.

«En su origen, no era, dice Boutay Paty (1) más que un contrato de sociedad, en virtud del cual las ciudades confederadas compartían los beneficios del comercio que hacían». De ello resulta que el derecho marítimo debía jugar un gran papel en sus asuntos; sin embargo, los reglamentos que publicó no fueron decretados en una asamblea general celebrada en Lubek, y no fueron publicados hasta 1591. Estos reglamentos fueron revisados y corregidos en una segunda asamblea celebrada en 1614.

El derecho marítimo ha sido codificado por la ordenanza de 1681, completada por el comentario de Valin, abogado y procurador del rey en el almirantazgo de La Rochela, publicada en 1714. El artículo 1.° del libro III, sobre los contratos marítimos especifica que «todo convenio para el arriendo de un buque, llamado contrato de fletamento, será redactado por escrito». Todas las disposiciones de este libro y de la ordenanza han sido consagradas en el libro II del *Código de Comercio*, pero éste no trata más que del derecho marítimo privado, en tanto que la ordenanza trataba de tres formas del derecho marítimo: el derecho marítimo internacional, el derecho marítimo pú-

(1) Bornier Philippe, t. II.

blico ó administrativo y el derecho marítimo privado, Respecto á muchos extremos, muchas disposiciones legales complementarias que datan de la antigua monarquía ó de la época intermediaria, están aún en vigor (1).

Esta tradición del derecho marítimo muestra la persistencia de las mismas necesidades á través de las modificaciones sociales y técnicas que han transformado el mundo desde hace treinta siglos: seguridad de los transportes, garantía de los contratos, no solamente entre los nacionales sino entre gentes de naciones diferentes.

§ III. *La Ordenanza de 1673* se refiere al comercio de tierra (2). Fué redactada por un antiguo negociante Jacques Savary, después de una información practicada por los principales comerciantes; «como el comercio es la fuente de la abundancia pública y de la riqueza de los particulares», dice el preámbulo. El título I se intitula: *De los nuevos negociantes y comerciantes, al por mayor y al detalle.* El título I contiene las restricciones que debe tener la proclamación de la libertad de comercio. En el título de las sociedades, se nota la preocupación de simplificar y acelerar la justicia. Toda sociedad contendrá la claúsula de someterse á los árbitros para las disputas que sobrevinieren entre los asociados (título IV, artículo 9). Los árbitros podrán juzgar sin ninguna formalidad de justicia (art. 12); el título V, *De las letras de cambio y*

(1) Bornier Philippe, tom. I. pág. 80.

(2) Lyon-Caen y L. Renault. *Manuel de Droit commercial*, 1906.

cambio y pagarés; el título VI, *De los intereses de cambio y recambio*. El título XI está dedicado á las quiebras y bancarrotas.

Todo el derecho comercial moderno procede de las Ordenanzas de 1673 y de 1681.

La Asamblea Nacional decretó que se hicieran un Código Civil y un Código de Comercio. En 1801, un decreto consular encargó su redacción á una Comisión de siete miembros. El proyecto se dilató hasta 1.° de Enero de 1808, fecha en que se hizo ejecutivo. En 1841 ha sido promulgada una nueva edición oficial del Código.

El libro I trata *del comercio en general*; el libro II, *del comercio marítimo*; el libro III, *de las quiebras y bancarrotas*; el libro IV *de la jurisdicción comercial*.

Pero no trata de las ventas comerciales, ni de las cuentas corrientes, ni de los seguros.

Numerosas leyes lo han completado ó han modificado sus disposiciones; tales como la ley de 28 de Mayo de 1858, la del 31 de Agosto de 1870, sobre los almacenes generales; las de 1867, las de 1893, sobre las sociedades; la de 28 de Marzo de 1885, sobre las ventas á plazo, y á librar, etc.

El derecho comercial casi precede en todo al derecho civil.

El Código de Comercio de 1861 realizó la unidad de Alemania en el campo comercial.

De él proviene el Código de Comercio de la Alemania del Norte en 1869 y dos años más tarde el Código de Comercio del Imperio. Después de la promulgación del Código Civil alemán, se procedió á la redac-

ción de un nuevo Código de Comercio, que fué promulgado en 1897 y puesto en vigor el 1.º de Enero de 1900.

España tenía un Código de Comercio en 1829 y no tuvo un Código Civil hasta 1888.

En Inglaterra y en los Estados Unidos, no hay derecho comercial, porque todo el derecho descansa sobre el contrato del que he aquí la definición: «Un contrato es un convenio hecho entre dos ó más personas que se obligan ante un tribunal. Está constituído por una promesa y la aceptación de ella» (1).

---

(1) Neave (Frederik George.)

CAPÍTULO II

EL DERECHO COMERCIAL, LA PROPIEDAD INMUEBLE Y LA AGRICULTURA

Diferencia entre el derecho civil y el derecho comercial.—Influencia del derecho comercial sobre el derecho civil, art. 815.—Los bienes inmuebles.—Resistencia á la transmisión de los bienes inmuebles.—El agricultor no es un comerciante.—Consecuencias.

El derecho comercial no interviene más que para garantir la ejecución de los contratos libremente consentidos. El objeto de la legislación comercial es hacer más rápidas y flexibles las reglas del derecho. Tal es la penetración del derecho comercial en el derecho civil, que ha dictado el artículo 815 del Código Civil: «No hay nada que pueda permanecer sin dividirse».

Pero el derecho civil, lejos de facilitar ciertos actos, opone á ellos numerosos obstáculos.

La transmisión de los bienes inmuebles á título oneroso no podía hacerse durante un largo período. Entre los romanos, la transmisión ante cinco testigos pertenecientes á las cinco clases del pueblo había de

dejar un plazo intermedio durante el cual la propiedad no podía cambiar de manos sin la aprobación de la Asamblea pública (1). En el antiguo derecho germánico, el acto se realizaba con el consentimiento de la tribu (2).

Aún todavía, en Francia, á pesar de la Revolución, los bienes se dividen en muebles é inmuebles. Un «negociante de bienes» no es un comerciante. La jurisprudencia es expresa (3).

Yo he dado á conocer en 1877, el régimen de transmisión de la propiedad agrícola establecido en 1859 en Australia, bajo el nombre de *Act Torrens*, que tomó por modelo el régimen de transmisión y de hipotecas de los navíos, en Inglaterra (4). Lo he hecho adoptar en parte, en Túnez en 1885; y ahora se está introduciendo en la mayor parte de nuestras colonias. Pero en la comisión extraparlamentaria que fué nombrada por M. Rouvier en 1891 y cuyos trabajos han sido terminados en 1905, la mayor parte de los profesores en derecho y algunos diputados que de ella formaban parte, exclamaron con terror:—¡Queréis movilizar la propiedad agrícola y hacer de ella un objeto de comercio! ¡Queréis arruinar á los labriegos! Y yo respondía:—No debemos ocuparnos del uso que se haga de este instrumento; debemos ponerlo en manos de los propietarios, de modo que ellos no estén ligados á su tierra por la dificultad de venderla. El camino

(1) Thalier, pág. 37.
(2) Viollet, pág. 816.
(3) Lyon-Caen et Renault, **2**, pág. 27.
(4) Yves Guyot, **1**, pág. 11 y 367.

recto para dar á la propiedad un mayor valor, es asegurarle la facilidad de la transmisión.

Se titubea en comprar cuando se sabe que será difícil vender. Los derechos de registro, los gastos de escritura, cargan cada transmisión á título oneroso con un 10 por 100. Esta carga sobre la propiedad territorial, las formalidades de la venta y de la compra, lo dudoso de los títulos en una parte de Francia, hacen preferir valores fácilmente negociables y que tienen colocación en el mercado. Adoptando un régimen análogo al del *Act Torrens*, dirigís los capitalesá la tierra».

Los notarios que son hostiles á esta comerciación de la propiedad comprenden mal sus intereses; si aquélla resta á su misión como funcionarios públicos, por otra parte, les reporta más como corredores.

La agricultura no está mucho más considerada como industria que lo están las transmisiones de inmuebles como actos de comercio. El artículo 638 del del Código de Comercio, dice:

«No serán de la competencia de los tribunales de comercio las acciones intentadas contra un propietario, cultivador ó vinicultor, para la venta de los géneros procedentes de su terruño».

Y sorprende que un capital inmueble no encuentre tan fácil colocación como un valor mobiliario y que una industria sustraída á las reglas de las demás industrias, no encuentre las mismas facilidades que éstas.

De ahí que los agrarios busquen remedios por otro lado, de los que el menos funesto es hacerse antieconómicos.

CAPÍTULO III

EL CÓDIGO DE COMERCIO

Usos y ley.—El Código de Comercio.—Los títulos del Código de Comercio.—Los comerciantes.—Los actos de Comercio.

Los usos y costumbres han hecho el derecho comercial, y así han de continuar jugando un papel principalísimo.

Los usos sólo tienen valor cuando son constantes, repetidos y viejos.

Tienen una autoridad absoluta para interpretar un convenio, para suplir la ley é interpretarla.

No obstante, el uso no puede contradecir la ley ni abrogarla.

Los autores del *Código de Comercio*, inspirados por documentos anteriores, y, sobre todo, por la ordenanza de 1663 sobre el comercio de tierra, han seguido, más ó menos aproximadamente, el siguiente método:

Han determinado las categorías de personas y los actos á los cuales se aplica el Código de Comercio (título I).

Todos los actos de comercio, antes de resolverse

por el debe y el haber, han determinado la forma de establecerlos, prescribiendo una contabilidad (título II).

Después de las personas físicas, este Código trata de las personas colectivas ó morales, las sociedades (título IV).

El título V se ocupa de las bolsas de comercio y de los intermediarios, agentes de cambio y corredores, de los que se vuelve á tratar con la designación de comisionarios en el título VI.

El título VII, que no contiene más que el art. 109, establece simplemente los diversos medios por los cuales se acreditan las compras y las ventas.

El título VIII está consagrado á los medios de crédito, la letra de cambio y el cheque á la orden.

El título II, inspirado por el segundo y el tercer libro de la ordenanza de 1681, trata del comercio marítimo.

El comerciante está expuesto á la quiebra y puede hacerse culpable de bancarrota. El título III está dedicado á este sujeto y á la rehabilitación.

El título IV trata de la jurisdicción comercial.

Por su art. 1.° el *Código de Comercio* crea una clase de personas.

«Son comerciantes los que ejercen actos de comercio y hacen de ello su profesión habitual »

No define los actos de comercio; los enumera.

«Art. 632. La ley reputa actos de comercio: toda compra de géneros y mercancías para revenderlas, bien al natural ó después de elaboradas, ó simplemente para arrendar su uso;

toda empresa de manufacturas, de comisión, de transportes por tierra ó por agua; toda empresa de suministros, de agencias, oficinas de negocios, establecimientos de ventas á la almoneda, espectáculos públicos.

Todas las obligaciones entre negociantes, mercaderes y banqueros.

Entre toda clase de personas, las letras de cambio, ó remesas de dinero hechas en plazos determinados.

Art. 633. La ley reputa igualmente actos de comercio:

Toda empresa de construcción y todas las compras, ventas y reventas de construcciones para la navegación interior y exterior;

Todas las expediciones marítimas;

Toda compra ó venta de aparejos, aparatos y avituallamiento;

Todo fletamento, empréstito ó préstamo á la gruesa, los seguros y demás contratos concernientes al comercio de mar;

Todos los acuerdos y convenios para salarios de tripulaciones;

Todo enganche de gente de mar para el servicio de los buques de comercio.»

CAPÍTULO IV

PRINCIPIOS COMUNES AL DERECHO CIVIL Y AL DERECHO COMERCIAL

Obligaciones.—Contratos.—Fianzas.—Delito civil.—Responsabilidad.—*Los contratos de comercio son reales.—El convenio es la ley de las partes.*—Condición de validez.—Convenio sin causa ó sobre causa falsa.—Extinción de las operaciones.—Gages del acreedor.—Arriendos de cosas, de obras y de servicios.—Contrato de venta.—Obligaciones del vendedor.—Del comprador.—Cesión de crédito.—Promesa de venta.—El artículo 1.602 del Código Civil.

Un cierto número de principios generales se aplican al derecho civil y al derecho comercial.

Existe obligación para alguno cuando existe el derecho de exigirle que haga ó deje de hacer alguna cosa, que entregue un objeto ó que pague una suma.

Casi todas nuestras obligaciones, sobre todo en el derecho comercial, resultan de contratos libremente consentidos.

Se da el nombre de cuasi-contratos á los actos que determinan una obligación, como ésta por ejemplo: el pago en defecto del deudor de un efecto que en otro caso sería protestado.

Este acto que se llama también gestión de negocio ó pago por intervención, implica una obligación por parte del que en el negocio fué beneficiado. Pero es preciso recordar que según el artículo 1.371 del Código Civil, «los cuasi-contratos son de hechos pura mente voluntarios del hombre».

Todo hecho perjudicial cometido con intención es un delito. Si no entraña, como sanción más que daños de intereses, recibe el nombre de *delito civil;* tal como la usurpación de la marca de un concurrente.

Se llama cuasi-delito el hecho que sin ser intencionado reporta perjuicio á otro y entraña las responsabilidades previstas por los artículos 1.382 y siguientes del Código Civil.

«Art. 1.382. Todo hecho de un hombre que causa á otro un daño cualquiera obliga á aquél, por cuya falta sobrevino, á reparar el perjuicio.

Art. 1.383. Cada uno es responsable del daño que cause, no solamente por un hecho, sino también por su negligencia ó por su imprudencia.

Art. 1.384. Se es responsable no solamente del daño que se causa por propio hecho, sino también del causado por el hecho de personas de que se debe responder ó de cosas que están bajo la guarda.»

Los principios de la responsabilidad han sido alterados por la ley sobre accidentes del trabajo.

El carácter de la mayor parte de los contratos de comercio es de cosas reales *(res,* cosa): la venta, el préstamo, el depósito, el transporte, se aplican á cosas independientes de las personas.

Todo el título III del Código Civil está consagrado

á los contratos ú obligaciones convencionales. No está de más recordar los principios esenciales en una obra de interés general como ésta. He aquí las diversas definiciones:

«Art. 1.101 del Código Civil. El contrato es un convenio por el cual una ó varias personas se obligan á otra ú otras, á dar, hacer ó no hacer alguna cosa.

Art. 1.102. El contrato es *bilateral* cuando los contratantes se obligan recíprocamente los unos á los otros.

Art. 1.103. Es *unilateral* cuando una ó varias personas se obligan á otra ú otras, sin que por parte de éstas últimas, haya sujeción ó empeño.

Art. 1.104. Es *conmutativo* cuando cada una de las partes se compromete á dar ó hacer alguna cosa que se considera como el equivalente de lo que la otra parte da ó se obliga á hacer.

Cuando el equivalente consiste en la probabilidad de ganancia ó pérdida por cada una de las partes, según un acontecimiento incierto, el contrato es aleatorio.

Art. 1.105. El contrato de *beneficencia* es aquél en que una de las partes procura á la otra una ventaja puramente gratuita.

Art. 1.106. El contrato á *título oneroso* es el que obliga á cada una de las partes á dar ó hacer alguna cosa.»

El Código Civil considera que hay contratos unilaterales que no engendran obligaciones más que para una de las partes, como el préstamo.

Pero el préstamo entraña una doble obligación: el deudor está obligado á un interés como consecuencia de un contrato que le ha puesto en posesión de un capital. Todo contrato á título oneroso es bilateral á pesar del Código.

Según el artículo 1.134 del Código Civil, los convenios son la ley de las partes. La palabra «legalmente» que se encuentra en el texto es una redundancia.

Esos convenios no pueden ser revocados más que por mutuo consentimiento ó por causas que la ley autorice. Deben ser ejecutados de buena fe.

La buena fe se presume siempre y el que alega mala fe ha de probarla (art. 2.268 del Código Civil).

Según el artículo 1.135, las obligaciones se extienden no sólo á lo taxativamente expresado, sino también á todas las consecuencias que la equidad, el uso ó la ley reconocen á la obligación según su naturaleza.

Al que se obliga se le llama *deudor* y aquél en favor del cual se contrae la obligación es el *acreedor.*

Un deudor no puede trasladar á otro su obligación sin el consentimiento del acreedor.

Para contratar válidamente, hace falta:

1.° Dar un consentimiento libre que no resulte de un error, que no sea recabado por la violencia ó determinado por maniobras fraudulentas ó de dolo.

2.° Estar capacitado para contratar y obligarse; (excluídos los mineros, los procesados, las mujeres casadas en los casos expresados por la ley). (Artículo 1.124.)

3.° Tratar de un objeto cierto que constituye la materia del contrato, una cosa determinada en cuanto á su especie. (Art. 1.129.)

La calidad de la cosa puede ser incierta toda vez que pueda ser determinada. (Art. 1.129.)

4.° Tratarse de una cosa lícita que no sea contra-

ria á las buenas costumbres ni al orden público. (Artículo 1.138.)

El artículo 1.131 del Código Civil declara nula y sin efecto toda obligación sin causa ó sobre una causa falsa.

En general nadie puede comprometerse ni estipular en su propio nombre más que por sí mismo; sin embargo, puede obligarse por un tercero, pero sometiéndose á una indemnización, si éste rehusa la ratificación. (Arts. 1.119-1.120 del Código Civil.)

El artículo 1.234 enumera los diversos modos de extinción de las operaciones: pago, compensación ó prescripción.

La acción de los comerciantes por las mercancías vendidas á los particulares no comerciantes, prescribe al año; pero entre comerciantes no se aplica la la prescripción.

El artículo 1.142 es uno de los más importantes de nuestro derecho. En él se establece que «toda obligación de hacer ó de no hacer alguna cosa se resuelve en daño de intereses, caso de incumplimiento por parte del deudor». No hay imputación ó violencia directa sobre la persona.

La sanción es real. Una parte no puede obligar á la otra á hacer ó á no hacer. En caso de incumplimiento de compromiso, se adquiere el derecho de daños y perjuicios, ó en virtud del artículo 1.144, la parte perjudicada puede ser autorizada á hacer ejecutar la obligación por cuenta del deudor.

Este artículo es la sanción de todos los convenios, ya se trate de contratos civiles, de contratos de co-

mercio ó de contratos de trabajo. En la práctica se olvida con gran frecuencia que tal sanción existe.

Cuando uno se obliga á entregar una cosa y el otro á pagarla, hacen un contrato de venta (art. 1.582 del Código Civil). La venta es perfecta desde que se está de acuerdo sobre la cosa y sobre el precio.

El vendedor debe entregar al comprador la cosa vendida, correspondiéndole los gastos de entrega; al comprador corresponden los gastos de la toma de posesión.

El vendedor debe garantizar al comprador de los defectos ocultos de una cosa que pudieran hacerla impropia para el uso á que estuviese destinada. (La ley de 20 de Mayo de 1838 ha determinado los vicios que pueden anular una venta, cuando se trata de animales domésticos. Ley de 1905, sobre los fraudes.)

El vendedor garantiza la posesión tranquila de la cosa vendida. Debe entregarla en la especie, calidad y cantidad prometidas, cuanto puede comprobar antes de la recepción definitiva.

El comprador está obligado á posesionarse de la cosa vendida y pagar su precio.

Si se ha fijado un plazo para la posesión, el vendedor podrá disponer del objeto de venta, hasta la terminación del plazo.

El crédito del vendedor está garantido por un privilegio sobre la cosa vendida y por una acción resolutoria, en virtud de la cual el vendedor puede exigir que vuelva todo á su primitivo ser y estado, como si la venta no se hubiese realizado. El vendedor puede recuperar su propiedad por el ejercicio del derecho

de reivindicación. En casos de quiebra, los derechos del vendedor son modificados.

Un acreedor puede trasladar su crédito á un cesionario. Aquél toma el nombre de cesor. El traslado se notifica al deudor. Ciertos créditos pueden cederse por vía de endoso, como los títulos al portador, por la sola entrega del título.

La promesa de venta con la promesa de comprar á la otra parte, mediante un precio fijado á suficientemente determinado, produce todos los efectos de una verdadera venta.

Llamo la atención de todo vendedor sobre el artículo 1.602 del Código Civil. Todo pacto obscuro ó ambiguo se interpreta contra el vendedor.

Los bienes comunes del deudor constituyen la prenda común de sus acreedores y el valor se distribuye entre ellos en proporción, á menos que haya entre los acreedores causas legítimas de preferencia. (Artículos 2.092 y 2.093 del Código Civil).

La abolición de la violencia contra la persona, debida á la ley de 22 de Julio de 1867, es una nueva prueba, y decisiva, de la distinción entre el hombre y la cosa.

Se distingue el arriendo de las cosas, el de la obra y el de servicios.

El artículo 1.709 del Código Civil especifica que el alquiler ó arriendo de las cosas es un contrato por el cual una de las partes se obliga á hacer disfrutar á la otra de una cosa, durante un cierto tiempo y mediante un cierto precio. El acto escrito se llama arren-

El alquiler ó arriendo de obra ó de industria es un contrato por el cual una de las partes se compromete á hacer alguna cosa por la otra, mediante un precio convenido entre ellas.

El artículo 1.780 estipula que no se pueden contratar los servicios más que por un tiempo ó para una empresa determinada.

Dicho artículo ha sido completado por la ley de 1790, que en realidad es una redundancia. Ella establece que la ruptura de un arriendo de servicios por otras causas que las condiciones del convenio, puede ser susceptible de daños y perjuicios. Pero el artículo 1.142 era también aplicable á los convenios previstos por el artículo 1.780, como á todos los demás.

CAPÍTULO V

LAS SOCIEDADES COMERCIALES

La sociedad en comandita.—La primera sociedad anónima.—La corporación y la sociedad comercial.—La separación de las personas y de los intereses.—*La sociedad anónima es la más alta expresión del progreso económico.*—Libertad de las personas, solidaridad de los intereses.—Gogo.—La proposición de ley de Emillo Ollivier, en 1867.—Las sociedades inglesas, *actas* de 1900 y de 1907.—Concepto práctico de la sociedad inglesa.—El porvenir de la sociedad comercial.

Los lombardos inventaron la sociedad en comandita. En el siglo XVI, se fundaron sociedades comerciales para la explotación de los molinos.

La primera sociedad anónima de que tenemos noticia es una sociedad inglesa, la *Russia Company*, cuyo capital estaba dividido en doscientas cuarenta partes; sus estatutos son de 1355 y fué confirmada por un acta del Parlamento en 1556. En 1561 se fundó una sociedad por acciones para la fabricación del hierro por procedimientos mecánicos; después, en la Gran Bretaña, en las ciudades Hanseáticas, en las ciudades comerciales del Mediodía, se multiplicaron los bancos y los seguros marítimos; las fábricas de

Utrecht, de Harlem, las refinerías de azúcar de Amsterdam, son sociedades por acciones. El Estado interviene con frecuencia. La Compañía de Indias era, á la vez, una corporación y una sociedad en comandita por acciones nominales. En Francia, durante todo el siglo XVII, la sociedad por acciones está tan fuera de las prácticas comerciales que la ordenanza de 1673 no se ocupa de ellas. Las cartas patentes instituyendo el banco de Lau (1716), dicen que «los fondos del Banco se compondrán de 1.200 acciones de 1.000 escudos cada una» (1). En 1788 se encuentran algunas sociedades importantes: la Caja de Descuento, la Compañía de las Aguas, las Cajas de Seguros, las minas d'Anzin, las cristalerías de Saint-Gobain, etc.

Pero confundíanse aún las asociaciones financieras y comerciales con las corporaciones que hacían comunes, no sólo los intereses y las cosas, sino también los hombres. Tales eran las corporaciones de artes y oficios.

La revolución tuvo razón al deshacer las corporaciones en nombre de la libertad del trabajo; pero, atribuyendo su carácter á todas las asociaciones, no dejó subsistir más que una forma de sociedad: la sociedad en participación. Esta desconfianza del legislador se refleja en nuestros Códigos y no se atenúa un poco hasta la ley de 1867.

El Estado ha renunciado desde 1867 á autorizar las sociedades anónimas, pero no quiere desentenderse de su gestión.

(1) El texto *apud*, Bornier, t. II, pág. 609.

En las sociedades primitivas, cuando el arte de agrupar los intereses se hallaba en estado de infancia, todo se confundía: las personalidades y los intereses.

La sociedad anónima realiza la separación del hombre y de la cosa, de la persona y de los intereses.

1.° *La forma de la asociación es tanto más perfecta cuanto que establece mejor la distinción entre los intereses y las personas.*

2.° *El poder de la asociación está en razón directa de la especificación de los intereses mancomunados y del objeto que persigue.*

La más alta expresión del progreso económico es la sociedad anónima, y, hasta el presente, la legislación ha tenido principalmente por objeto impedir su funcionamiento.

Y, sin embargo, ¡qué gran progreso realiza esta forma de asociación! Ella deja fuera á las personas; no auna más que los capitales; estos capitales pueden pertenecer á nacionalidades diferentes; se agrupan y se confunden sin bandera, en un fin común, y así preparan la destrucción de los odios nacionales por la fusión de intereses.

Estos capitales no tienen creencias religiosas; no son judíos, ni musulmanes, ni católicos ni protestantes; y así se suprime el mayor fermento de odios.

En fin; los capitales no se administran de una manera sensiblemente distinta en un país y en otro. Sometidos en todo á la ley de la oferta y de la demanda, están obligados á conformarse á ella, so pena de

destrucción. ¿No es así como se prepara la unidad?

Libertad de las personas, solidaridad de los intereses; tal debe ser la fórmula de todas las asociaciones, y ninguna asociación la realiza como la sociedad anónima.

Pero las sociedades anónimas—se dice—realizan algunas veces malos negocios, y entonces son espantosos los desastres.

En efecto, á veces descarrilan los trenes y las sociedades anónimas fracasan; el desastre es grande; en tanto que el vuelco de una diligencia ó la quiebra de un tabernero conmueven á pocas personas; cuestión de proporción.

Sin embargo, de la experiencia se toman sólo los males. Los engañados habían colocado sus capitales en empresas, fiados en el nombre de un hombre, á la vista de un prospecto. Habían hecho casi siempre plebiscitos de capitales con la esperanza de fantásticas ganancias; y tuvieron muchos Sedanes. El castigo es duro, pero merecido.

El tipo de Gogo ha sido creado en una época en que la legislación sobre las sociedades era la más estrecha. Hay y habrá siempre Gogos en materia financiera como en materia política: ninguna ley puede suprimir una raza de gentes que no quieren creer más que lo que no está demostrado.

Después del krach de 1882, el Senado francés votó una ley sobre las sociedades, enumerando más de cuarenta casos de nulidad con riesgo de no permitir la formación de sociedades nada más que á los Roberts-Macaires.

Yo he opuesto á ella en la Cámara de los Diputados la proposición presentada en 1867 por M. Emilio Ollivier. Héla aquí:

«La ley no rige las sociedades de comercio más que en defecto de convenios especiales. Todos los convenios son válidos entre las partes, con tal de no ser contrarios al orden público y á las buenas costumbres Para ser opuestas á un tercero, deben hacerse públicas.»

De vez en cuando, al enterarse un francés de que una sociedad anónima inglesa, con un capital de varios millones, ha sido fundada por media docena de clérigos y vecinos del consejero legal, suscribiendo una libra esterlina cada uno, se queda estupefacto é indignado.

En Francia, es necesario que la cuarta parte del capital sea suscrito—¿por quién?—por gentes que tienen necesidad de dinero puesto que fundan una sociedad.

En Inglaterra, el legislador está colocado en un punto de vista práctico.—¿Tenéis necesidad de capitales para una explotación ó un invento? Fundad vuestra sociedad; pagad los derechos de registro por el capital que fijéis. Y después, aparezcan ó no los capitales.

El *act* de 1907, que ha modificado el de 1900, se aplica desde 1.° de Julio de 1908. La *private Company* puede ser formada por dos personas y no puede comprender á más de cincuenta; no debe admitir acciones al público; permite á las sociedades en participación transformarse en sociedades anónimas. Ella ha

de dar la forma definitiva de las sociedades del porvenir.

La sociedad en forma comercial absorberá á las sociedades en forma cooperativa, según lo han concebido MM. Baudoux y Henry Lambert (1).

Yo he demostrado que en tanto que el sindicato era la forma corporativa, organizada para la lucha, la sociedad comercial de trabajo, organizada para la la ganancia, trae consigo la solución de los actuales conflictos entre patronos y asalariados (2).

---

(1) *Revue des Deux Mondes*, Agosto 1907.
(2) Ives Guyot, **9**, **10**.

CAPÍTULO VI

LOS TRIBUNALES DE COMERCIO

Composición, electores, elegibles, competencia.

En el capítulo *La evolución del comercio*, se ha visto el origen de los tribunales de comercio; en vez del juez impuesto, el juez elegido por los clientes.

Los tribunales de comercio existían bajo el antiguo régimen.

Componíanse de comerciantes ó de comerciantes retirados y estaban excluídos los magistrados de profesión; no tenían ministerio público. Las funciones de los jueces eran gratuitas y temporales, y eran elegidos por sus iguales. Su procedencia era más sencilla, más rápida y menos costosa que la de los tribunales civiles.

Los tribunales de comercio no estaban establecidos en toda Francia. Eran en número de 225; y 167 tribunales civiles juzgaban cuestiones comerciales.

La ley de 8 de Diciembre de 1883, extendió á todos los comerciantes de la jurisdicción, el derecho de elegir directamente los jueces de comercio. La ley de 23 de Enero de 1898, ha comprendido á las mujeres entre los electores, pero no entre los elegibles:

Son elegibles: 1.°, los electores de treinta años de edad que estén inscritos en la lista electoral; 2.°, los comerciantes franceses retirados que hubiesen ejercido durante cinco años la profesión y residan habitualmente en el distrito.

No hay más que una Cámara por tribunal de Comercio, pero puede dividirse en secciones.

Su competencia se extiende á las cuestiones relativas: 1.°, á actos de comercio; 2.°, á los pagarés á la orden, á las letras de cambio y á los cheques; 3.°, á las diferencias entre asociados; 4.°, á las cuestiones en materia de quiebras; 5.°, á las apelaciones de sentencias formuladas por consejos de hombres buenos, cuando se trata de una suma que excede de 200 francos. Conocían además de las acciones contra los corredores dependientes de los comerciantes ó sus servidores por hechos relacionados con el tráfico de los comerciantes á que estuviesen afectos (1).

(1) Véase *Tribunaux de commerce*, por Saverol, *Dictionaire du commerce*.

LIBRO IV

La práctica del comercio.

CAPÍTULO PRIMERO

EL CAMBIO Y LOS PRECIOS

Un término fijo y cierto; la cantidad: un término variable; el precio.—Pesos y medidas.—Moneda.—Los «cauries».—La moneda es una mercancía.—El progreso monetario.—Condiciones del valor.—El trueque, base de todo comercio.—La venta.—Stirling: exposición de la teoría cuantitativa.—Utilidad de la moneda.—*La cantidad de moneda en circulación no es un índice del poder de compra.*—El precio regulado por tres elementos; el precio de reventa; el poder de compra y la necesidad. La ley de la oferta y de la demanda obedece á estos tres factores.—El precio de reventa y el precio de mercado.—*La concurrencia los aproxima siempre.*

La condición del cambio es que haya *un término fijo y cierto*: para los pruductos este término es *la cantidad.*

El otro término, que es variable, *es el precio,* que

es *el valor expresado en moneda*. En el cambio, es á veces la cantidad el término que varía, permaneciendo fijo el precio (1).

El cambio se hace regular por la intervención: 1.°, de los pesos y medidas; 2.°, por la de la moneda.

Las medidas son: 1.°, las medidas de capacidad, lo que puede contener la mano del hombre, ó una nuez de coco, una vasija natural, antes de que se conociesen las artificiales; 2.°, las medidas de longitud, ajustadas á las dimensiones del cuerpo humano; un pie, un codo, una pulgada, un palmo; 3.°, los pesos. La balanza ha sido uno de los mayores inventos de la humanidad.

Cuando los hombres tienen que hacer las mismas tareas, necesitan iguales instrumentos. De ahí la uniformidad que caracteriza á los instrumentos de comercio: la moneda, la letra de cambio, el billete al portador, la banca, la contabilidad y el derecho comercial.

Una cosa no tiene valor mientras no la juzguen útil dos personas por lo menos; y no puede ser mercancía sino con la condición de ser un objeto de demanda al mismo tiempo que de oferta.

La base de todo comercio es el trueque, ó sea el cambio de una mercancía por otra (2). Una mercancía puede constituir por sí sola una medida de valor. El patrón monetario no puede, pues, aplicarse más que á una mercancía (3).

---

(1) Méliot, E. S.
(2) Lefévre.
(3) P. J. Stirling.

La moneda es el equivalente al cual refiere cada uno el valor del objeto que quiere vender ó comprar.

Stuart Mill ha calculado que con el trueque, cien artículos representarían 4.950 cambios posibles. Con el común denominador llamado un franco, el ama de la casa puede comparar el valor de una gallina con el de una pierna de carnero, el valor de un salario con el de un traje ó con el de un par de botas. Ella se impone en la economía cuando echa cuentas de que su traje le cuesta el jornal de quince días ó de un mes, de su marido.

En todo el Africa tropical, una pequeña concha, el «cauri» ó «courdi» *(Cypraea moneta)* sirve de moneda. Abunda en las costas del Africa oriental, de suerte que este transporte al Africa occidental le da un valor.

Igualmente se utiliza el «cauri» en los archipiélagos de la Papuasia (1); pero en las islas Banks, los indígenas tallan las conchas que sirven á la vez de objetos de adorno y de moneda.

Los nuevo-caledonios tallaban la última espira de una pequeña concha local, bastante común; de ella hacían pequeños granos parduscos que enhilaban en rosarios; con un pequeño rosario de la longitud de un dedo se compraba una piragua ó se podía costear la construcción de dos ó tres cabañas. Este trabajo daba el valor á aquel objeto.

Importa hacer constar que *todos estos objetos que sirven de moneda tienen un valor por ellos mismos.*

(1) Letourneau, pág. 34.

No son objetos que se puedan adquirir sin esfuerzo. Son verdaderas mercancías. Los negros, los papúes, los nuevo-caledonios comprenden mejor la función de la moneda que los fabricantes de asignados, los que emiten papel moneda, y, en épocas más recientes, los protagonistas del bimetalismo.

El valor de esta moneda es pequeño: Bartloz (1850-1855), habiendo comprado en Sinder un lote de albornoces en paño rojo, turbantes blancos y rosarios, por unos 387 thalers prusianos (1.370 francos), tuvo que contar 775.000 cauris; y un camello no puede conducir más que 150.000. Actualmente, en la Rigeria, 40 cauris valen 0,05 francos. El rey de Dahomey se permitía el lujo de revestir de cauris los muros de su palacio en una longitud de setenta metros.

El progreso monetario consiste en hacer más ligero este vehículo de valores.

En los países adelantados, *las piezas de moneda* son pequeños lingotes ó discos de metal, de tipo determinado, cuyo peso y título están contrastados.

Se llama actualmente *venta* el acto de *adquirir moneda* á cambio de mercancías; se llama *compra* el acto de *adquirir* una mercancía á cambio de *moneda*. En realidad, tanto el que recibe como el que da moneda, hacen una adquisición. No hay otra diferencia que la de que uno adquiere una mercancía de un uso determinado, y el otro una mercancía susceptible de hacer todas las adquisiciones que pueda desear.

De ahí la importancia de la *moneda*, de los metales que sirven para fabricarla y de los negociantes que hacen comercio de ella y que se llaman *banqueros*.

P. J. Stirling, dice:

«El *precio* es la cantidad de la moneda á cambio de la cual se adquiere una mercancía. *Precio* y *valor* son cosas diferentes. Mientras que una mercancía no puede tener en el mismo instante y en el mismo lugar nada más que un precio, puede tener, y en realidad tiene, tantos valores diferentes como mercancías diferentes haya en el mercado en que su valor pueda ser estimado. Si el precio de una medida de trigo es 246 granos de oro de ley ó dos libras esterlinas, el precio de un sombrero 123 granos ó sea una libra y el de una vara de paño 61 $^{1}/_{2}$ granos ó dos chelines, el valor de un sombrero es el doble de una vara de paño y la mitad del de la medida de trigo. Cada mercancía no tiene más que un precio, pero el valor de la medida de trigo estimada en sombreros es dos sombreros, y en paño es cuatro varas, etc., y si hay mil, diez mil clases de mercancías en el mismo mercado, tendremos mil, diez mil medidas diferentes del valor de las tres mercancías referidas.»

Y concluye Stirling: «El precio de una mercancía se altera cuando cambia la relación de su cantidad á la cantidad de moneda en circulación.»

A esta teoría se le llama teoría cuantitativa. Ya he demostrado su falsedad en *La Sciencie économique.*

La demostración de Stirling no prueba la teoría cuantitativa; prueba la utilidad de la moneda. Compradores y vendedores estiman el valor de su trato según el precio que dan para los sombreros, el paño, etcétera, y comparando lo que pueden procurarse con igual cantidad de moneda.

La cantidad de objetos transportables no determina el valor: es la cantidad de los valores disponibles en el mundo accesible al telégrafo.

Pero el valor de esta cantidad de objetos disponibles depende de la demanda.

El precio de una mercancía no se altera cuando cambia la relación entre su cantidad y la cantidad de moneda en circulación: *porque la cantidad de moneda* en circulación *no es el índice del poder de compra.*

Si la teoría cuantitativa fuera exacta, todas las mercancías deberían ser tanto más caras cuanto más oro hubiera en un país; y, en efecto, en Francia las mercancías son caras; la vida es cara; pero no es la cantidad de luises de oro, billetes de banco, escudos de 5 francos, monedas de 2, de 1, de 0,50 francos, la que fija el precio de las gallinas, de las trufas, del heno ó del trigo. Un chaparrón tiene más influencia sobre el precio del heno que la exportación ó la importación de algunas decenas de millones de oro.

El mismo Stirling reconoce (pág. 29) que según la mayor ó menor urgencia de una de las partes por obtener una cierta porción de una determinada mercancía, dará por ella á cambio más ó menos porción de otra mercancía.

Un gran aprovisionamiento de flores, de frutas, de pescados por los procedimientos frigoríficos, ha de influir naturalmente en el precio de una manera más rápida y más intensa que un gran aprovisionamiento de paño ó de hierro, cuyo consumo no es de necesidad inmediata. Una escasez de trigo tiene más influencia en el precio que la de cualquier objeto de lujo de que es posible abstenerse ó reemplazarlo.

Adam Smith daba el nombre de *precio natural* al *precio de reventa*. Esta última expresión es más pre-

cisa. En el comercio, el precio de reventa es el precio de adquisición aumentado en los gastos.

El *precio de mercado* es el precio corriente de una mercancía.

El precio está regulado por tres elementos: dos objetivos y uno subjetivo.

1.° El precio de reventa de la mercancía.

2.° El poder de compra de los clientes á la vista.

3.° La intensidad de las necesidades de esos clientes.

El juego de *la oferta y la demanda*, regateo, que depende de estos tres factores, regula el precio del mercado.

La oferta es el deseo de un individuo de procurarse ciertas utilidades á cambio de otras que posee de distinta naturaleza.

La demanda es el deseo, junto á los medios de compra, de procurarse una determinada utilidad.

El valor de una utilidad está en razón inversa de la oferta y en razón directa de la demanda.

Si la demanda excede á la oferta, sube el valor; si la oferta es mayor que la demanda, el valor baja.

Si el precio del mercado cae por bajo del precio de reventa, la oferta se retrae y la producción se detiene en todo ó en parte hasta que el precio del mercado llega á ser remunerador.

Si por la rareza de la oferta el precio del mercado se eleva mucho por cima del precio de reventa, la producción aumenta cuanto es posible.

Así *el juego de la oferta y de la demanda, tiende*

siempre á aproximar el precio del mercado al precio de reventa.

«El precio natural (precio de reventa) es el punto central sobre el que gravitan todas las mercancías» (1).

Por consiguiente, el comercio tiene por tendencia constante transportar el *precio de mercado á su normalidad*, que es *el precio de reventa.*

---

(1) Smith, libro I, cap. VII.

CAPÍTULO II

LOS EFECTOS DE LA LEY DE LA OFERTA Y DE LA DEMANDA

Alternativas de alta y baja.—Imposibilidad de suprimir estas oscilaciones.—La abrogación de la ley de la oferta y de la demanda.

El juego de la ley de la oferta y de la demanda puede resumirse así (1):

El aumento de la demanda eleva el precio.

La elevación de los precios provoca la oferta.

El aumento de la oferta baja el precio.

La baja de los precios aumenta la demanda.

La disminución de la demanda baja el precio.

La baja de los precios disminuye la oferta.

La disminución de la oferta aumenta el precio

La elevación de los precios disminuye la demanda.

La demanda es la fuerza motriz de la industria, porque el industrial no produce según su necesidad, sino según la necesidad de los demás.

Todos los movimientos de la producción y de la

(1) F. U. Laycok, pág. 49.

industria están regulados mecánicamente por los precios. *Un aumento de la demanda eleva los precios; y este alza retrae la demanda y provoca la oferta.* Bien pronto se produce el efecto contrario: *un aumento de la oferta baja el precio y provoca la demanda.*

El deseo de consumir tiende á elevar los precios; pero la elevación de los precios reprime aquel deseo, agotando el poder de adquisición de los compradores.

Los proteccionistas procuran establecer un precio ficticio por medio de las tarifas de aduanas; la oferta aumenta; la demanda que ellos han provocado disminuye; y como resultado sobrevive la baja.

Procuran entonces demostrar (1) que los derechos de aduanas no han provocado el encarecimiento. ¿Y creían ellos, que reclamaron é impusieron aquellos derechos, que provocarían la baratura? La baja que en los productos han producido los derechos de aduanas, la han demostrado el mal: la ley de la oferta y de la demanda ha intervenido; la elevación de precios ha provocado la oferta, y, como consecuencia, la baja (2). El Garo de La Fontaine encuentra que los efectos de la ley de la oferta y de la demanda no son más que una serie de contradicciones. Cuando el aumento de la demanda ha elevado los precios, la demanda se retrae al mismo tiempo que la oferta aumenta; este aumento disminuye el precio y la baja del precio restringe la oferta. Estas oscilaciones perpetuas provocan pequeñas crisis incesantes.

¿No podrían suprimirse por una ley que fijara para

(1) Véase M. Jules Domergue, *La Reforme Economique.*

(2) Véase *infra Le Commerce exterieur de la France.*

siempre la oferta y la demanda, y sin duda también, la misma cosecha, la misma temperatura? Garo encuentra que las cosas son tanto más caras ó más baratas, cuanto más raras ó más abundantes, que el tiempo es siempre más seco ó más húmedo, más caluroso ó más frío. Podrá Garo falsear los barómetros y los termómetros, pero no impedirá por ello las variaciones metereológicas. Puede apelar á todos los poderes públicos, pero no impedirá el juego de la oferta y de la demanda. Es un hecho necesario. Si no fuera lo que es, el mundo sería lo que no es, y no hay fuerza humana que pueda suprimirlo.

En el mes de Mayo de 1893, unas buenas gentes que vinieron á pedirme «una reparación burguesa» á propósito de unos juicios irreverentes que había yo expuesto sobre la Bolsa del trabajo, acabaron por decirme:

—¿Así, que no queréis abrogar la ley de la oferta y de la demanda?

—Como si se tratara de la ley de la gravedad contesté.

—¡Esto es insoportable!—exclamaron enfurecidos.

Y se marcharon sin comprender los motivos de mi obstinación.

CAPÍTULO III

LAS OPERACIONES DE COMERCIO

Consisten en establecer diferencias entre dos precios.—El artículo de compra.—Comprar después de haber vendido.—El arte de vender.—Separación del hombre y de la mercancía.—Traslado.—Arbitraje.—Especulación.—Los vendedores agentes de alza.—Los factores de la especulación; la cantidad y la necesidad.

Las operaciones de comercio consisten en establecer diferencias.

El beneficio del comerciante es la diferencia entre su *precio de compra y su precio de venta.* El comerciante persigue *siempre vender más caro que ha comprado.*

Pero antes de que el comerciante *compre moneda con su mercancía,* ha tenido que *comprar la mercancía con moneda.*

El arte de comprar consiste en calcular el precio á que se podrá vender comparado con el precio á que se va á comprar.

En el comercio moderno es la regla, respecto á los géneros de gran consumo, no comprar hasta después de haber vendido.

El arte de vender es *el arte de adquirir más, dando menos;* pero hay dos maneras de practicarlo; ó vender un producto, exigiendo compensaciones muy grandes, ó vender diez productos pidiendo compensaciones nueve veces menores que la que se exigía en la venta de uno.

En toda transacción comercial, se presentan tres términos; la calidad, la cantidad y el precio.

Las transacciones individuales suponen una diplomacia que tiene por reglas:

1.° El comprador debe descubrir el precio mínimum á que dará su mercancía el vendedor.

2.° El vendedor debe averiguar el mayor precio que estará dispuesto á dar el comprador por la mercancía.

3.° Ninguno de ellos debe dejar traslucir su última palabra.

Cuanto más se ensancha el mercado, menos se ejerce aquella diplomacia. El comerciante en trigos de Londres ó de Liverpool no usa de aquella ante el cultivador del Dakota, ni ante el comerciante en trigos de Chicago.

La reparación del hombre y de la mercancía es una de las características del progreso económico.

De la *Marchè français*, del 28 de Agosto, tomo los precios del trigo en París aquel mismo día (en francos los 100 kilos):

TRIGO EN PARÍS

Corriente.	Precedente clausura.	Hoy.
Corriente.....	22 50 á 22 75	22 50 á 22 75
Próximo	22 50 á 22 75	22 50 á 22 75
Septiembre-Octubre	22 75 á 23 »	22 50 á 22 75
4 últimos.....	22 75 á 23 »	22 75 á 23 »
4 de Noviembre.....	23 25 á 23 50	23 25 á 23 50

Los 100 kilos netos, contado, peso natural 77 kilos.

El comerciante puede comprar del disponible á 22 francos 50 céntimos y vender al mismo tiempo para dentro de cuatro meses, comenzando en Noviembre, á 23,25 y 23 y medio francos, obteniendo una ventaja ó estableciendo una diferencia de un franco en los 100 kilos; y puede comprar á un cierto plazo y vender al mismo tiempo para un vencimiento más lejano.

La operación que consiste en comprar al contado y vender al mismo tiempo en una misma plaza, una misma mercancía, se llama *traslado.*

Se puede comprar trigo al contado en una plaza extranjera y vender al mismo tiempo para entregar el 4 de Noviembre, y deducidos todos los gastos, realizar un beneficio.

Esta plaza sobre dos plazas distintas se llama *arbitraje.*

Estas no son especulaciones; son operaciones que no están sometidas á ningún azar.

En las principales plazas el curso de los granos se establece por la mercancía colocada á bordo de un navío ó cargamento flotante. Las operaciones de carga y descarga tienen en cuenta el comercio local

y especial de los países de origen y de destino.

La especulación es *un regulador de los precios. Ella extiende el mercado en el tiempo, como los medios de circulación lo extienden por el espacio.*

La especulación salva la obstrucción del momento y suple las vidas del porvenir.

Los vendedores son los más poderosos agentes del alza: 1.°, en los lugares de producción; 2.°, en los mercados, porque el día que han de cumplir su compromiso, tienen que comprar á cualquier precio.

Toda especulación está subordinada á dos factores: uno objetivo, la cantidad; otro, la necesidad, que tiene una parte objetiva y una parte subjetiva.

La cantidad, ¿es excesiva, suficiente ó escasa, relativamente al medio habitual?

La necesidad, ¿se manifiesta, ó por el contrario, sufre una depresión al disminuir el poder de adquisición de los habituales compradores? ¿Cuál es la psicología de los compradores? ¿Esperar la abundancia para comprar ó rehusar comprar ante la abundancia? ¿Ó bien, en presencia de escasez, son arrastrados por el pánico que indicaron Davenant y King y del que M. de Molinari ha dado la siguiente fórmula?

«Cuando la relación de las cantidades de dos géneros ofrecidos en cambio, varía en progresión aritmética, la relación de los valores de esos dos géneros varía en progresión geométrica» (1).

(1) G. de Molinari, 1, t. I, pág. 35.

CAPÍTULO IV

CARACTERES DISTINTIVOS DE LAS MERCANCÍAS

§ 1.—La palabra mercancía designa un objeto homogéneo.—*Las partes de una mercancía no pueden tener valores diferentes entre sí.*—Regla violada en la apreciación de los metales preciosos.—El valor de la onza de plata.

§ 2.—Cinco caracteres principales de las mercancías: 1.°, la dirección.—2.°, la naturaleza.—3.°, la aplicación ó destino, sistema de clasificación de las aduanas.—4.°, relación del peso al valor.—5.°, la rareza.

§ 1.—Con la palabra *mercancía* no se debe designar más que un *objeto homogéneo*, es decir, idéntico todo él, y, por consiguiente, igual en cantidad.

El oro es el tipo de las mercancías homogéneas; se aprecia el metal sin tener en cuenta el valor de la aleación que pueda tener.

Los objetos de calidad diferente constituyen tantas clases de marcancías como distintas calidades presentan, pues cada una de éstas tiene un valor diferente.

Las partes de una misma mercancía no pueden tener valores diferentes entre ellas.

Esta regla fundamental es olvidada constantemen-

te, en especial en los estudios sobre los metales preciosos. Se dice: *la plata ha bajado de valor; el oro ha subido ó ha bajado;* y se supone que ayer una onza de plata ha tenido un valor superior al que tiene hoy; que una onza de oro había tenido ayer un valor distinto del de hoy; y se hacen investigaciones y se discurre para establecer estas diferencias.

Yo he referido (1) que un día, hacia el año 1879, en una reunión de diputados y otras personas estimadas importantes ó serias que habían querido formar un grupo económico, el secretario general afirmó que el oro había bajado de valor. Pregunté yo que con relación á qué, y mi indiscreta pregunta fué acogida con risas y burlas, marchándose todos con una profunda piedad de mi ignorancia.

Un gramo de plata no puede ser medido por un gramo de plata: su valor es idéntico como su calidad.

En 1866, por ejemplo, fecha de la unión latina, una onza de plata valía en el mercado de Londres 60 $^{1}/_{84}$, peniques, pero peniques de oro, siendo el penique inglés una de las 240 avas partes de la libra esterlina.

Pero en Diciembre de 1873, la onza de plata no valía más que 59 peniques; en Diciembre de 1875 no valía más que 57; en Julio de 1876, sólo 46 $^{3}/_{4}$; 27 $^{9}/_{16}$, en 1898; 26 $^{15}/_{16}$ en 1897, y en fin de Agosto de 1908, se podía comprar por 23 $^{11}/_{16}$ peniques.

La onza de plata ha bajado de valor, no con respecto á una onza de plata, sino refiriéndola al peni-

(1) Yves Guyot, **1.**—1, 1.ª y 2.ª edición.

que de oro; valía más ó menos granos de oro; valía más ó menos, con relación á la libra esterlina de hoy. No es, pues, *el valor de la plata* lo que ha cambiado, sino *la cantidad de oro correspondiente.*

§ 2.—Los caracteres distintivos de las mercancías son cinco:

1.º La duración: es el carácter que juega un papel principal, porque determina el carácter de los mercados.

2.º La naturaleza.

3.º La aplicación ó destino.

4.º La relación del peso al valor. Es importante, muy especialmente desde el punto de vista de su transporte y de las diferencias de precios que de aquella relación resultan en los diferentes mercados.

5.º La rareza.

1.º Atendiendo á la duración, se pueden clasificar las mercancías en:

11. Mercancías de una alteración rápida y de consumo corriente, tales como el pescado, carnes, legumbres, frutas.

12. Mercancías de fácil conservación, que se renuevan periódicamente, pero que están sujetas al cabo de un cierto plazo más ó menos largo, á algún deterioro: granos, harinas, aceites, vinos, azúcares, café, té, cacao, alcoholes.

13. Mercancías de conservación fácil, pero que no se renuevan periódicamente y están sujetas á deterioro: tejidos, pieles, etc.

14. Mercancías casi inalterables, como los metales ordinarios, y completamente inalterables como ciertos metales preciosos, diamantes, etc.

15. Mercancías de una duración relativamente larga y que deben reportar á sus poseedores el capital que han empleado en su adquisición, los inmuebles, y los valores mobiliarios.

16. Mercancías que sirven de medida común á todas las demás mercancías: el oro, la plata, la moneda y los papeles de comercio internacionales (1).

2.° Desde el punto de vista de la naturaleza, se pueden distinguir las mercancías, según su origen.

21. Las mercancías provienen de los siguientes grupos de industria: pesca, bosques y agricultura; industrias extractivas; de alimentación; químicas; caoutchouc; papel, cartón, industrias del libro; textiles, propiamente dichas; trabajo de telas y vestidos; labor de pajas, plumas y crines; cueros y pieles; industrias de la madera; metalurgia; labor de los metales ordinarios; de los metales finos; de piedras preciosas; tallado y pulimento de piedras; labores de piedras y tierras, por la acción del fuego.

3.° La Aduana francesa, y casi todas las Aduanas, clasifican los productos desde el punto de vista de su aplicación ó destino.

311. Artículos de alimentación.
312. Materias primas.
313. Objetos fabricados.

Los Estados Unidos dividen estos últimos en dos clases: 31.31, objetos fabricados, destinados á la industria; 31.32, objetos fabricados, destinados al consumo.

Otras estadísticas los clasifican en objetos fabricados y semifabricados.

4.° La relación del peso al valor:

411. Materias ponderables, minerales, piedras, hulla, pro-

---

(1) Me he servido para la clasificación del sistema decimal: los números 11, 12, 13, etc., indican la primera, segunda, tercera, etc., categorías de mercancías, y las cifras 1, 2, 3, etcétera, indican el primero, segundo, tercer, etc., carácter de las mismas.

ductos siderúrgicos, de gran peso y de precio relativamente pequeño.

412. Materias semiponderables, de menor peso y algo mayor precio, tales como los granos, etc.

413. Mercancías de peso y volumen apreciables, cuyos gastos de transportes son aún importantes.

414. Mercancías de peso y volumen insignificantes relativamente á su valor, y cuyos gastos de transportes se fijan según el valor que ellas representan: encajes, metales preciosos, etc.

Los gastos de transporte influyen tanto más en el precio de la mercancía, cuanto más bajo es su valor y su peso.

Cuanto más elevados son los gastos de transporte, en proporción al precio de una mercancía, tanto mayores son las diferencias del precio de esa mercancía en los distintos mercados.

5.° La rareza:

Los cuadros, las estátuas, colecciones de objetos de arte.

CAPÍTULO V

LA DEFINICIÓN DE LAS MERCANCÍAS

§ 1.—Necesidad de la designación exacta del objeto cambiado.—Los tipos de las bolsas de comercio.—El Congreso de la Cruz Blanca.—«El alimento puro», «productos naturales», designaciones falsas.—Observaciones de M. Ruan.—Dificultad de la definición del vino.

§ 2.—La definición de los productos comerciales.—M. J. Cavalier. — La sidra. — Hierros y aceros. — ¿Preparación ó composición química? — La manteca dinamarquesa. — La leche.—Definición en los Estados Unidos.

§ 3.—Necesidad de determinar los tipos de cambio.

Ya he dicho que no se podía designar como mercancía más que á un objeto homogéneo, es decir, idéntico todo él, igual por consiguiente en calidad. El contrato de cambio es válido únicamente cuando las dos partes están de acuerdo sobre la designación del objeto cambiado.

Si yo compro harina de tal tipo, es esa la mercancía que deben darme y no otra.

Esto es lo que persiguen llevar á la práctica las Bolsas de Comercio, creando tipos que son los únicos admitidos en el mercado. Así, en París, se comercia con el azúcar blanca, número 3, con las harinas

finas, llamadas «flor de París»; en Havre y en Hamburgo, con el café *Santos good average;* en Nueva York, con los trigos número 2 *Red Winter* y *2 Chicago Spring*, etc., etc.

Los negocios á plazos se tratan sin que el comprador haya tenido á la vista una muestra del lote comprado. El tipo se fija con anterioridad, independientemente de todo acuerdo entre las partes, que se refieren desde luego al tipo del mercado, adoptado por los comerciantes de la plaza.

Pero se ha visto, en el Congreso de *la Cruz Blanca*, celebrado en Ginebra el 8 de Septiembre de 1908, que la definición de la mercancía ofrecía dificultades que reconocen el público y los administradores, y sobre las cuales no están de acuerdo industriales y comerciantes. Según su presidente M. Vuilde, esta asociación está formada «de espíritus generosos, espíritus altruistas» que tienen por objeto suministrar «el alimento puro», «productos naturales» á sus contemporáneos.

Si la salud pública solo pudiera conservarse á condición de que nuestro concurso quedase reducido á los productos naturales, deberíamos eliminar de nuestra economía el agua filtrada y esterilizada, que no es un producto natural; el azúcar que no se encuentra al estado natural; la manteca, el pan, el queso, todos los productos fabricados, y yo he pedido en la Comisión extraparlamentaria de alcoholes que en el lenguaje oficial no se incurriese en la falta de llamar «alcohol natural» al producto de la destilación de la remolacha y de la patata, etc., porque el uno

y el otro son resultados de operaciones químicas.

La mayor parte de los productos naturales son irregulares, de calidad variable. Si solo queremos alimentarnos de productos naturales, cerremos las cocinas y pastelerías.

M. Ruan, el ministro de Agricultura, ha hecho reservas diciendo:

«Por algunas contracciones ó extravagancias, llegaríase á empobrecer el comercio actual si se pretendiera imponer el dogma de la pureza química. El alcohol, por ejemplo, no es puro en el aguardiente legal y comercial, y si se fabrica alcohol puro con el espíritu de vino, este alcohol pierde, debido á su misma pureza, el derecho á ser llamado espíritu.»

La dificultad ha surgido desde que se propuso la definición del vino, como «el producto de la fermentación alcohólica completa ó incompleta de la uva fresca ó del jugo de la uva fresca».

M. Brunet, delegado de la Liga de los viticultores de la Gironda, protestó contra las palabras «fermentación incompleta». La ley francesa de Agosto de 1905 y su reglamento de administración pública del 3 de Septiembre de 1907, había definido el vino así: «El vino es el producto exclusivo de la fermentación de la uva fresca ó del jugo de la uva fresca». No se puede, pues, llamar ahora «vino» á un mosto incompletamente fermentado.

M. Forsaus, presidente del Sindicato nacional de vinos y espirituosos, ha respondido: «¿Qué se hará los años en que la fermentación no sea completa?

M. Roux, director del laboratorio del Ministerio de

Agricultura observa que si se suprime en la definición la expresión «incompleta» la menor huella de azúcar en el vino, sería ilícita.

El Congreso ha adoptado por una gran mayoría, la definición propuesta.

Si yo compro vino, será un cierto vino de determinado año, y no otro.

Se ha intentado establecer también un tipo de vino. Ya, en Bercy, se tenía el tipo mezcla de la Asistencia pública.

En Borgoña se tiene el de los vinos de los hospicios de Beaune.

Llegar á determinar con toda la precisión posible la naturaleza de la mercancía, es una de las condiciones del comercio. No es otra cosa que una de las formas de esta ley del progreso: pasar de lo indeterminado á lo determinado.

M. J. Cavalier, profesor de química en la Facultad de Ciencias de Rennes, ha expuesto las dificultades de este problema en un meritísimo estudio aparecido con el título: *La definición de los productos comerciales* (1).

Los vinos, las sidras, los aguardientes son substancias bien homogéneas, pero sin estructura. ¿Cómo determinar el tipo exacto?

En Normandía, la sidra es el producto de la fermentación espontánea del jugo puro de la manzana. En Bretaña, salvo en años de excepción, en que faltan pipas, se le añade una cierta cantidad de agua.

Algunos consumidores de sidra piden el sabor azu-

(1) 1907, Dunod et Pinot, ed.

carado, que no puede obtenerse más que con la adición de azúcar.

Si la palabra sidra no se aplicase más que á la sidra sin agua, quedaría prohibida al departamento de Ille-et-Vilaine, que es actualmente el mayor productor de sidra, la venta con ese título de la bebida que se obtiene de sus manzanas.

Dos sistemas hay para la definición de la mercancía: 1.°, según la preparación; 2.°, la composición química.

Los dos sistemas tropiezan con una gran dificultad para la distinción entre los hierros y los aceros, respecto de la cual, los americanos y los alemanes de un lado, los ingleses, los belgas y los franceses, del otro, no han llegado á entenderse.

Con mayor razón la dificultad es mayor respecto á los productos alimenticios. Los viticultores quieren limitar el nombre de vinagre al resultante de la fermentación ácida del vino. No admiten el vinagre de sidra y de cerveza; y han conseguido que se niegue el nombre de vinagre á las mezclas acuosas hechas con el ácido acético procedente de la destilación de las maderas; sin embargo, este ácido acético es perfectamente puro y es uno de los factores de la prosperidad de la industria de las conservas en Inglaterra.

Los aguardientes de vino de sidra, de granos, están fundamentalmente constituídos por el alcohol etílico, que cualquiera que sea su procedencia, es un cuerpo homogéneo. El sabor particular es debido á alcoholes y éteres que si son nocivos como pretenden ciertos higienistas, abundan más en los aguardientes naturales que en los fabricados.

En cuanto á los vinos y á las sidras, M. Cavalier considera «como producto tipo el obtenido por la fermentación del jugo puro de las frutas frescas, siendo lícita toda modificación operada que dé productos análogos, no introduciendo cuerpos que no entren normalmente en el producto tipo, y que los componentes entren en la misma proporción que en el producto tipo».

La preparación de la manteca modifica muy poco la naturaleza química de la primera materia, cuya calidad juega el papel esencial. Sin embargo, en Dinamarca se suele pasteurizar la crema á 94°; de lo que resulta que queda sin gusto. Cada lechería conserva y perfecciona fermentos que dan un gusto especial á su manteca y le conquistan «una marca». Este género de fabricación de la manteca se aproxima al que caracteriza el queso.

El consumidor no es competente en cuanto á la preparación del producto ni se detiene ante ella. El quiere un objeto para tal uso, que según el nombre que lleva, debe llenarlo el objeto. Por consiguiente, para él, la definición debe determinar el uso para que es apropiado.

Como las mercancías no se hacen para los productores que la destinan á la venta y no para su uso, la definición por el uso que hace el consumidor, es la que debe determinar el producto.

En materias alimenticias el consumidor desea un sabor; éste es el que debe servir para apreciar la mercancía y darle un precio.

Desea que el alimento tenga un cierto poder nutri-

tivo. Este poder nutritivo no es siempre la condición del «alimento natural, del alimento puro». En una misma localidad, la cantidad de manteca, elemento esencial de la leche, puede variar de 45 á 30 gramos por litro y en ciertos casos excepcionales, menos aún.

Sería racional fijar la calidad de la leche según la cantidad de manteca que tuviese, del mismo modo que se paga un abono fosfatado, según su componente Ph^2O^5.

El reglamento de los Estados Unidos de 1904, da á la leche la definición siguiente:

«La «leche íntegra» es el producto del ordeñamiento completo de una ó varias vacas nutridas ó mantenidas convenientemente, con exclusión del líquido segregado quince días antes y cinco días después del parto. La leche tipo no contiene menos de un 12 por 100 de materias sólidas y de un 3'25 de manteca.

La «manteca» es el producto obtenido, recogiendo por un procedimiento cualquiera la grasa de la leche agriada ó fresca; contiene también una pequeña cantidad de otros constituyentes de la leche con ó sin sal, pudiendo también contener materias colorantes. La manteca tipo contiene por lo menos 82'5 de grasa de manteca. (No debe tener, pues, más de un 17'5 por 100 de agua)».

Todas las vacas no dan leche de este tipo: ¿se ha de perder la que dan? Los americanos, al lado de la «leche íntegra» definen la leche desnatada, con un mínimum de extracto seco, la leche clara, la leche condensada y la leche condensada azucarada.

Del mismo modo, el Sindicato nacional de vinos y espirituosos pide que se clasifique la sidra, en sidra

de *puro jugo*, sidra ordinaria ó *comercial* y sidra clara, teniendo cada categoría un contenido mínimum de alcohol, extractos y resíduos.

En realidad toda la cuestión está en determinar «tipos comerciales, tipos de cambio».

La producción adquirirá tanto más una forma industrial cuanto menor sea el papel de la preparación en la determinación del tipo.

La mercancía será determinada por su composición química.

El comerciante que no expendiere el tipo convenido estará sujeto á sanciones civiles, es decir, á indemnizar daños y perjuicios; y todo el actual aparato de penalidades caerá en el ridículo.

En Congresos como el de *la Cruz Blanca* no se ha de tratar «de alimentos naturales», ni «de alimentos puros», ni «de espíritus generosos y altruistas». La obra útil que tal asociación puede hacer, *es determinar tipos de cambio, tipos comerciales análogos á los que están en uso en las bolsas de comercio.*

CAPÍTULO VI

LOS MERCADOS

Los dos sentidos de la palabra mercados.—Carácter de los mercados, determinados por el de las mercancías.—Mercados de consumo.—Al contado.—*Agencia.—Detallistas.*—Mercados de aprovisionamiento y de especulación.—Vendedor, favorable á la vez, al productor y al consumidor.—Los agrarios.—Los acaparadores.

La palabra *mercado* se emplea en dos sentidos: 1.°, para designar el lugar en que se cambian las mercancías. Por extensión se aplica á toda la región; 2.°, para designar el comercio de tal ó cual mercancía; así, se dice: el mercado del trigo, del algodón, de las lanas, etc. En este sentido está limitado al tiempo, pero es ilimitado en el espacio.

Aquí sólo hablo de los mercados en la primera acepción.

El carácter de los mercados está determinado por el de las mercancías. Se les puede distinguir en:

1.° *Mercados de consumos, destinados á las mercancías de consumo corriente y de muy corta conservación,* tales como pescados, carnes, legumbres, frutas, etc.

La característica de los mercados de consumo, es que *toda la mercancía á la venta está en la plaza.* De ahí que el *mercado de consumo sufra poco la influencia de los demás mercados.*

En los mercados de París, el comercio se hace á la puja entre comerciantes: el consumidor que quiere comprar al detalle, sólo puede hacerlo de segunda á tercera mano.

El comercio de detallistas es más elemental. Se hace al contado, sin especulación, y como la especulación no lo regula, este mercado es el que ofrece mayores variaciones en los precios.

El consumidor se aprovecha de la necesidad que el comerciante tiene de desembarazarse de su mercancía. Los procedimientos frigoríficos, atenuando aquella necesidad, puede ser causa del alza.

Este comercio, que provee á las necesidades de cada día, con cuotidianos repuestos, exige numerosos contactos con el consumidor; de ahí, el gran número de detallistas.

Como el comercio es sencillo, todo el mundo se considera apto para él, y el número de comerciantes al por menor tiende á aumentar mucho más de lo que es necesario.

2.° Mercados de aprovisionamiento y de especulación.

La mercancía sólo se presenta á ellos en calidad de muestra. El cambio se manifiesta bajo la forma de compromisos á entregar ó tomar la mercancía en un momento determinado. Esta forma de cambio toma el nombre de *especulación.*

Las materias primas y los artículos de gran consumo, como los granos, son objeto de estos mercados.

En tanto que el consumidor compra todas las mañanas el pescado, las legumbres, frutas, etc., que necesita para el día, el industrial no puede comprar todas las mañanas la hulla, los minerales, el algodón ó la lana que necesita para su labor.

Los vendedores, tendiendo á la acumulación de las mercancías, aseguran el aprovisionamiento, y una vez que han contraído el compromiso de entregar una mercancía á un precio X, su interés es comprar al precio más bajo posible, de suerte que la misión del vendedor tiene una doble repercusión: *tiene necesidad de mercancías que se ha obligado á servir; asegura, pues, una salida á los productores*, buscando las mercancías que ha de entregar; y provoca, por consiguiente, *el alza del precio de las mercancías sobre los lugares de producción.*

Pero al mismo tiempo, causando la acumulación de mercancías en el mercado *provoca la baja que conviene á su interés*, porque cuanto mayor margen haya entre el precio á que él se haya comprometido á vender, y el que ha de pagar, mayor será su beneficio.

La intervención del vendedor en el mercado, es, pues: *1.°, favorable al productor*, porque asegura la mercancía, y *por su demanda, eleva el precio sobre el lugar de producción*; y, *2.°, favorable al consumidor, porque asegura el aprovisionamiento y provoca la baja de precios en el mercado.*

Sin embargo, los agrarios de diversos países querrían que no hubiese más que compradores que comprasen siempre y no vendieran jamás; porque vendiendo son culpables de la baja de precios como si pudiesen vender sin comprar. Los agrarios alemanes, en Francia M. Meline y sus amigos, acusan á los comerciantes ante los agricultores. Bien es verdad que también los denunciarían al público, si ellos retardasen la venta, como acaparadores responsables del alza, que necesariamente producirían, y que por no provocarla, los reprochan ahora.

CAPÍTULO VII

LAS BOLSAS DE COMERCIO

Mercados de aprovisionamiento.—La Bolsa de Comercio de París.—Mercados á plazo.—Tipos de mercancías.—Cantidad de mercancías para la unidad de contratos.—Primas.—La *filière* (orden de libramiento).—Reglamento de la *filière*.—La ley de 28 de Marzo de 1885, sobre los mercados á plazo.—La ley alemana del 22 de Junio de 1896, contra los mercados á plazo.

El mercado de aprovisionamiento en los lugares en que es de importancia toma el nombre de Bolsa de Comercio, que según el artículo 71 del Código de Comercio es «toda reunión, que se celebra bajo la autoridad del gobierno, de comerciantes, capitanes de buques, agentes de cambio y corredores».

En efecto; esta expresión designa los lugares en que se venden y compran mercancías, con exclusión de los valores mobiliarios.

En Roma existen bolsas de mercancías, bajo el nombre de *collegium mercatorum*. En París, la Bolsa de Comercio fué fundada en 1860, en el círculo de molineros, plaza del Louvre. Desde la ley de 1884, sobre los sindicatos, estuvo constituída por la agrupación de seis sindicatos: 1.°, mercado de harinas de

doce marcas; 2.°, mercado de trigos, centenos y avenas; 3.°, mercado de aceites; 4.°, comercio de azúcares; 5.°, comercio de alcoholes, y 6.°, cámara sindical de granos, simientes, harinas y aceites.

Las diversas asociaciones están constituídas en un sindicato general. No es necesario ser miembro del sindicato para realizar operaciones, en tanto que en la mayoría de las bolsas extranjeras, en Inglaterra y en los Estados Unidos, solo pueden hacerlo los miembros de corporaciones cerradas, en las que no se entra sin ciertas condiciones determinadas en los estatutos.

Algunos negocios se hacen al contado, pero casi todos para efectuar la entrega á un plazo determinado. Si la mercancía está en camino, procedente de un puerto lejano, se puede vender el cargamento *flotante* de un *navío, bien designado ó por designar;* también puede venderse la mercancía *para embarque* en una fecha determinada. Estas diversas ventas son generalmente designadas con la expresión general de *ventas marítimas.*

Cuando las partes han convenido una fecha para la entrega de la mercancía, la operación toma el nombre de *venta á término.*

Las mercancías objeto de operaciones á término, son siempre de un tipo determinado. (Véase *supra*, libro IV, capítulo IV).

Los negocios á término se hacen sobre el tipo fijado de antemano. Las partes conservan una muestra común, á la cual pueden sujetarse en el momento de cumplir el compromiso.

Los reglamentos de la plaza determinan igualmente la cantidad de mercancía que constituye la unidad de contrato. En París, los granos se venden á término por 100 quintales ó múltiplos de 100 quintales; los azúcares por 100 sacos de 100 kilos. Las harinas, hasta hace pocos años se vendían por 100 sacos de 159 kilos; ahora se venden por 100 sacos de 100 kilos netos; los cafés en el Havre, por 500 sacos de 60 kilos; las lanas peinadas, en Tourcaing, por 5.000 kilos.

Cuando la misma mercancía se ha de entregar en plazos diferentes, estos plazos se llaman *épocas;* se vende para el mes corriente, para el mes próximo ó para el mes ulterior.

El contrato puede hacerse para varios meses, es decir, que el vendedor estará obligado á hacer la entrega y el comprador á pagar el precio por partes iguales en cada uno de los meses de la época. En París, se trata para el 4 de Mayo, el 4 de Enero, etcétera.

Una de las partes puede reservarse el derecho de ejecutar ó de rescindir el contrato mediante el pago de una suma determinada, en el momento de la conclusión de aquél; á esa cantidad se le llama *prima.* Esta limitación de los riesgos lleva consigo una disminución de ganancia. La prima del comprador se llama *prima por retirar* ó *prima á la alza*, y la del vendedor *prima por entregar* ó *prima á la baja.*

En las operaciones á *prima doble* ó *stellage*, el pagador de prima tiene derecho á entregar la mercancía convenida ó demandar su entrega.

El pagador á prima doble debe dar una *contes-*

tación á una fecha que se llama *día de contestarla.*

La reglamentación de los compromisos se hace por *filière*, que es un bono de entrega con la cláusula de la orden, transmisible por consiguiente, por vía de endoso.

La *filière* pone á la disposición del comprador la mercancía del tipo convenido depositado en los almacenes públicos ó generales, permitidos por la Bolsa de Comercio.

El primer vendedor, ó sea, el que pone en circulación la *filière* es el librador, y el último comprador es el *receptor;* los compradores intermediarios son los endosadores.

Durante todo el tiempo que circula la *filière* el endosador no entrega á su vendedor más que la diferencia entre la factura y el precio á que compró; el precio solo lo paga el *receptor* al primer vendedor.

Los reglamentos de las ventas por medio de *filières*, determinan la cantidad de mercancías que el libramiento ha de comprender; por ejemplo, 100 sacos de harina, flor de París, de una misma marca, y de una fecha de fabricación.

La orden de libramiento se emite para un mes determinado y en ella se ha de indicar el almacén en que se encuentra la mercancía, etc.

En París y en Marsella, la orden de libramiento no se presenta por el mismo librador sino por un mandatario autorizado por las comisiones del mercado, llamado *liquidador.*

Los libramientos ó *filières* en circulación se endosan en ciertos días en los domicilios de las comisio-

nes sindicales. El cambio y el registro de facturas se hacen al día siguiente. Cuando quedan compensadas con corta diferencia, las compras entre comerciantes, basta un cambio de facturas y un saldo en especies por las diferencias.

En París, la liquidación por vía de *compensación* se realiza obligatoriamente á partir del día 5 de cada mes de libranza.

A partir de este día, naturalmente, las transacciones son rápidas y eficaces.

Las oficinas liquidadoras de los libramientos ó *filières* están organizadas al estilo del *clearing house* de los bancos de Londres.

Cajas de garantía ó *de liquidación* contraen la responsabilidad de las ventas que pasan por ellas, pero exigen, en el momento de su conclusión, un depósito que las pone á cubierto.

En Francia, la legalidad de las operaciones á término ha sido consagrada por la ley de 28 de Marzo de 1885 (1), y ha sido amenazada, para las bolsas de mercancías, por diversas proposiciones de ley de M. Dion y otros.

Bajo la presión de los agrarios, el gobierno alemán hizo votar la ley de 22 de Junio de 1896, que ha tenido la más deplorable influencia, viéndose obligado aquél á presentar el 19 de Febrero de 1904 y el 28 de Noviembre de 1906, dos proyectos de ley para modificarla, aunque no tuvieron resultado. El 22 de Noviembre de 1907, se presentó un tercer proyecto que fué rechazado el 12 de Marzo de 1908 y reemplazado

(1) Max Hayem.

por un proyecto que levantaba la prohibición de las ventas á término para las acciones mineras é industriales, pero manteniendo un régimen de excepción para los negocios en cereales y harinas (1).

Estas medidas contra los mercados constituyen otros elementos perturbadores del comercio.

---

(1) A. Raffalovich, I.

CAPITULO VIII

EL CRÉDITO

§ 1.—Expresa la idea de confianza.—El interés del capital.—El adelanto de los capitales en circulación.—El descuento.—Extensión de capital.—Ventaja para el comerciante de negociar con capitales prestados.—Tooke.—Bageot.—*El crédito acorta el tiempo y el espacio como los demás medios de transporte.*

§ 2.—El *credit man*.—Comparación de dos situaciones comerciales.

§ 3.—El crédito ilimitado de un comerciante que no ha sufrido protesto.—Medidas que debilitan el crédito.—Influencia perniciosa de la sensiblería.

§ 1.—La palabra *crédito* expresa la idea de confianza aplicada á los negocios (1). Esa confianza recibe formas diversas.

Dejo á un lado la cuestión del carácter gratuíto del crédito, las cinco teorías del interés (2) y la legislación que proscribe ó limita su tasa. Ella es uno de los elementos perturbadores del comercio. El interés del capital está fundado en los hechos siguientes:

---

(1) A. Liesse, 17 (1907-1908).

(2) Yves Guyot, **1**, pág. 375.

1.° El poner una persona, voluntariamente, un capilal á disposición de otra persona.

2.° La privación del propietario del uso de ese capital.

3.° El precio del servicio hecho al que recibe el préstamo por esa transmisión de propiedad.

4.° La garantía del riesgo del prestamista.

5.° El precio del tiempo durante el cual tiene á su disposición el deudor el capital prestado.

6.° El deudor paga el servicio que se le hace; si no quisiera pagarlo, nadie le atenderá.

Suprimir el interés del capital es suprimir el prestamista.

Se puede definir el *crédito*, diciendo que es *el adelanto de los capitales en circulación.*

El crédito no aumenta la cantidad de los capitales en el momento en que se produce: pero aumenta el poder productor de estos capitales: es una extensión del capital y una disminución del tiempo.

Un negociante compra mercancías y da á su proveedor en cambio un pagaré á la orden con el compromiso de solventarlo á los noventa días. El proveedor lo acepta, y como tiene necesidad de aportar fondos, lleva el documento de crédito á un banquero, quien le da á cambio el valor en especies ó le abona el importe en su cuenta, disminuído en una cierta cantidad, á cambio del servicio que hace, disminución á que se da el nombre de descuento.

Dicho documento proporciona al comerciante el poder comprar azúcar, café, paños, sederías, cuya venta le permitirá reembolsar el efecto á su venci-

miento, asegurándole todo el beneficio de las operaciones que ha podido hacer con las mercancías que se había procurado gracias á este instrumento de crédito.

Gracias á él ha podido obtener mercancías pertenecientes á otro, ha podido hacer uso de ellas y sacarles provecho, operaciones que de otro modo no hubiese podido realizar. No hay, pues, el más pequeño desplazamiento de capital; hay una mayor extensión del capital. *El crédito es el capital del porvenir.*

M. Bagehot ha reflejado muy bien el carácter principal de *Lombard street*, la calle de las grandes bancas de Londres: «Hay—ha dicho—gentes tranquilas del país que acumulan los capitales y hay otras gentes activas que los emplean. *Lombard street* sirve de intermediaria entre unas y otras.»

Las cuestiones relativas al crédito se conocían tan mal, que á comienzos del siglo decía J. B. Say: «Vale más, siempre que sea posible, trabajar con capitales propios.»

Tooke, en sus *Recherches sur le Principe de la circulation*, ha contestado casi en la misma fecha:

«El poder de adquisición de los comerciantes que tienen capital y crédito, se extiende mucho más allá de lo que pueden imaginar los que no tienen un conocimiento práctico de los mercados en que se realizan las especulaciones. Si el que tiene reputación de poseer un capital suficiente para sus negocios y goza de un buen crédito en su comercio, llega á prever atinadamente un alza en el precio del artículo con que comercia, y es favorecido por las circunstancias al final y durante el curso de su especulación, puede efectuar compras

enormes, fuera de toda proporción con su capital» (páginas 78 y 136-138).

M. Bagehot ha hecho el cálculo siguiente:

«Admitamos que un comerciante tiene un capital suyo de 1.250.000 francos. Para que este capital le produzca un 10 por 100 ha de obtener 125.000 francos de beneficio anual y vender en consecuencia todas sus mercancías. Si otro comerciante, por el contrario, sólo tiene 250.000 francos propios y hace un empréstito de un millón por medio del descuento, se encuentra en poder de un capital de 1.250.000 francos y puede vender á mucho mejor precio. Se hizo el empréstito al 5 por 100, deberá pagar cada año 50.000 francos de interés, y si como el comerciante que sólo trabaja con su capital obtiene 125.000 francos de ganancia, después de deducidos los 50.000 francos que ha de pagar de rédito, aún le quedarán 75.000 francos como beneficio de un capital de 250.000, ó sea un beneficio de un 30 por 100.

La seguridad de poder procurarse recursos por medio del descuento ó de otra forma, y esto á un interés moderado, hace que en el moderno comercio inglés haya una cierta tendencia á trabajar con un capital prestado y á no limitarse únicamente á su propio capital ó apoyarse principalmente en él.»

Esta observación de Bangehot, muy iniciado en los negocios de la City de Londres, muestra al mismo tiempo la importancia de la tasación del descuento. Cuando él escribía la tasa era de un 5 por 100. De reducirse á un 3 por 100, el comerciante que realizara el empréstito sólo hubiese tenido que pagar, en el caso expuesto, 30.000 francos, y sus beneficios no hubiesen sido 75.000 sino 95.000, esto es, no un 30 por 100, sino un 38 por 100, á menos que para ex-

tender sus negocios, disminuyese el precio de la mercancía.

El crédito acorta el tiempo y el espacio como los demás medios de transportes.

§ 2.—En las casas de comercio americanas el *credit man* (crédito personal) está sujeto al conocimiento de la situación de cada comprador.

Un *credit man* de la *firma* Marshall, Field and C° de Chicago, M. Dorr A. Kimbal, indica de la siguiente manera sus deberes profesionales (1):

1.° Se debe pensar que todo hombre que demanda un crédito es honrado, en virtud de esta regla: «la honradez es la mejor poiitica. Las gentes honradas se complacen en la aprobación del bien, y las gentes maleantes fracasan por temor al reproche del hombre honrado.»

2.° El crédito personal debe, pues, examinar la aptitud para los negocios, sabiendo que de cien hombres no hay 10 entregados á negocios que les salgan bien todos.

3.° Si un hombre honrado y muy hábil no tiene bastante aplicación, las probabilidades de éxito son dudosas; la concurrencia elimina al perezoso.

M. Dorr Kimbal indica cómo juzgaría la capacidad comercial de dos hombres.

John Smith, marchand à Wichita, a.

Marchandises.....	5.000	dollars.
Dèpôts á la banque.....	1.000	—
Actif	6.000	—
Vente annuelle.....	14.000	—
Demande de marchandises..	2.000	—

No tiene dudas, su garantía es de 4.000 dollars, y vende al contado.

(1) Hadley.

Joh Hardup, d'Oshkosh:

Marchandises en magasin....	28.000	dollars.
Payées..... ...	14.000	—
Encaisse.....	trés pètite	
Ressources totales...	42.000	—
Doit à la banque	7.500	—
Doit marchandises à terme...	15.000	—
Doit marchandises immédiatément.....	4.500	—
Total des engagements.	27.000	—
Actif net.....	15.000	—
L'assurance est de.....	10.000	—
La vente annuelle de...	35.000	—

Hardup cree que vale vez y media lo que Smith (15.000 dollars contra 6.000); pero el *credit man.* el crédito personal, piensa que su deuda es mucho mayor, que su garantía es muy pequeña, que tiene sobradas mercancías para la importancia de sus negocios y que la mejor manera para evitar la quiebra es reducir su almacén y su deuda, buscar un comprador é ir á una localidad más favorable á comenzar de nuevo sus negocios en más pequeña escala.

§ 3.—Un comerciante que no ha sufrido protesto tiene un crédito ilimitado.

Desde luego, se han de tomar referencias sobre la importancia posible y la índole de sus negocios. Las agencias de información las proporcionan con toda exactitud. Tal índole de comercio inspira mucha más confianza que tal otra. Si un pequeño aceitero quisiera hacerse de un gran pedido, encontraría resistencia por parte de un proveedor á que se dirigiese; pero dirigiéndose á varios, podría constituir el almacén que quisiera.

El vencimiento es la sanción.

Puede decirse que el *protesto y la quiebra son los instrumentos de crédito del comerciante.* Éste encuen-

tra crédito porque su proveedor sabe que su interés es no tener una protesta á su nombre. *Todo lo que debilita estas sanciones rápidas y severas perjudica al crédito.*

La ley sobre la liquidación judicial es perniciosa bajo este respecto del mismo modo que la ley sobre la rehabilitación de los declarados en quiebra.

Estas leyes responden á la sensiblería que nos ha invadido á fines del siglo XIX y en los comienzos del presente, como había ya invadido á la Francia de 1760 á 1794. Ella dificulta los resortes, y para acudir en ayuda de una clase de individuos más ó menos desgraciados y más ó menos interesantes, las medidas que inspira debilitan el poder de acción de todos. Las muletas son útiles para el inválido, pero no se deben encomendar á ellas al buen comprador.

CAPÍTULO IX

LA BANCA

El comercio del oro y del crédito.—Función de los bancos. — Los banqueros intermediarios. —El prestamista y el librado.—No están interesados en el alza de la tasación del interés.—Definición de la Banca —Transporte de valores. *Todas las transacciones pueden necesitar un pago en especies.*—Importancia de la moneda.—*Los bancos economizan el oro.—La letra de cambio sobre Londres es la moneda internacional.*—Igualdad de la moneda en los diversos centros.—M. Félix Schuster.—*No es la bandera lo que sigue el comercio, sino los capitales.*

Llegamos al comercio, al cual concurren todos los demás, *el comercio del oro y el comercio del crédito*. Este comercio lleva el nombre de *banca.*

Se comprende bajo el nombre genérico de *banca,* todas las instituciones que hacen unas ú otras de las siguientes operaciones:

1.° Guarda de metales preciosos, títulos y valores.

2.° Economía de los transportes de oro y plata por la adquisición y canje de letras de cambio y de cheques, en una palabra, por operaciones de cambio.

3.° Descuento del papel de comercio, anticipos.

Los bancos de Génova, Amsterdam y Hamburgo, tuvieron por objeto en un principio suministrar una buena moneda. El Banco de Amsterdam no prestaba un florín de los fondos que tenía en depósito; por cada florín de que daba crédito sobre sus libranzas, daba el valor de un florín en plata ó en lingote.

A la función de suministrar una buena moneda, se añadía la de la seguridad. El banco garantizaba del temor del fuego, de los robos y de otros accidentes. De ahí el origen de los bancos de depósito.

Si la banca de circulación da un interés á los depósitos, está obligada á buscar á éstos un empleo.

Los medios por los cuales se ha reemplazado la moneda metálica, son:

1.° La moneda representativa: billetes de banco.

2.° Intervención de las libranzas de crédito.

3.° Uso de las letras de cambio, de plaza en plaza.

4.° Sistema del cheque y de la compensación.

5.° Sistema internacional de compensación.

Los banqueros, por muy ricos que sean, no trabajan con sus recursos. Abriendo ellos mismos los empréstitos, no les favorece el alza de los intereses como se cree, sino la baja. En realidad, la fuente de sus beneficios está en la confianza que ellos inspiran. Son corredores entre los industriales, los comerciantes y los capitalistas, y entre unos y otros comerciantes. Los beneficios de los bancos están en razón inversa de la cantidad de capitales que les son necesarios para sus operaciones. Estos beneficios son comisiones.

El descuento es una monedificación de compromisos contratados por la industria como consecuencia de operaciones reales (1).

Un antiguo gobernador del Banco de Francia, M. Gautier, ha dado de la palabra *banca* la siguiente definición:

«Tomada en su acepción general, la palabra banca expresa hoy, entre nosotros, el comercio que consiste en efectuar por cuenta de otro, recibos y pagos, en comprar y revender monedas de oro y plata, letras de cambio, billetes á la orden, efectos públicos, acciones de empresas industriales; en una palabra, todas las obligaciones que en el uso del por parte de los Estados, de las asociaciones y de los particulares, acarrea la creación» (2).

El banquero es un transportador de valores. Procura economizar los medios de transportes, teniendo cada día recursos más rápidos y seguros, cada día menos embarazosos. Si la plata ha sustituído á los cauris y demás monedas pesadas, y el oro ha reemplazado á la plata, la letra de cambio ha economizado, desde siglos, el transporte de uno y otro metal, el cheque, los *clearing houses*, el giro, han aligerado cada vez más el vehículo de valores; pero la moneda de oro, siendo el instrumento universal de liquidación de todas las obligaciones, todas las diferencias de los valores cambiados, concluyen por una compensación en oro, *y el banquero no inspira confianza*

(1) Para los detalles, véase E. S. M. A. Méliot.

(2) Citada por Liesse, *Dictionnaire du commerce*, art. *Banque*.

más que cuando cada cliente cree que aquella compensación está á su disposición.

Lo que da tanta fuerza al Banco de Inglaterra es su preocupación de conservar la conversión de su billete de banco en oro. Por esto, ha podido decir M. Ruotte que la moneda es la base de todos los negocios que hace el banquero, y de todas las operaciones que realiza (1); por lo que M. Charles Conant, financiero de New-York, ha podido llamar al banquero un *comerciante de moneda* (2).

Desde el momento que el particular sabe que puede encontrar moneda en casa del banquero como pan en la del panadero, no hace provisión de aquélla, no atesora, la deja en la circulación; de ahí, una gran economía en el metal empleado en forma de moneda, y hoy no hay más que uno: *el oro.*

M. Félix Schunter, presidente de la *Union Banke,* y vicepresidente del *Institute of Bankers,* ha expuesto en un trabajo muy conciso, la misión del Banco de Londres.

La City es no sólo el centro financiero del Imperio británico, sino también del mundo. No es una frase, es un hecho.

Una letra de cambio sobre Londres es el medio de cambio internacional, reconocido en el mundo entero.

Todo expendedor vende á la banca local su letra sobre Londres, lo mismo cuando la mercancía va destinada á Inglaterra, que á otros países. El comer-

(1) M. Ruotte, del Crédit Lyonnais.
(2) Charles Conant.

ciante chino que vende té á Rusia ó á Alemania, seda á los Estados Unidos, es pagado por mediación del mercado de Londres, y lo mismo ocurre cuando el comerciante alemán vende mercancías á la China. El café que se expide del Brasil á Francia ó á Italia, el algodón que se envía de Nueva Orleans á Polonia, el azufre que va de Sicilia á los Estados Unidos, las máquinas agrícolas que se remiten de los Estados Unidos á Río de la Plata, todos los negocios se liquidan en la City. Cuando los Estados Unidos indemnizan á España por la posesión de Cuba, cuando paga la China al Japón su indemnización de guerra, se hace la operación en Londres. En este mercado libre hay siempre una oferta y una demanda. El vendedor de mercancías de la Gran Bretaña cobra por una letra sobre Londres, y el comprador paga por medio de una letra de Londres.

Si el comercio se reduce, la banca se perjudica.

La letra de cambio sobre Londres mantiene la estabilidad del *money market.* Si la tasa del descuento es de un 3 por 100 en Londres y de 4 por 100 en Berlín, el banquero de Londres no empleará capitales en letras sobre Berlín; pero si la tasa del descuento es de un 4 por 100 en Londres y en Berlín de un 3 por 100, una avalancha de capitales se vierte sobre esas letras; entonces, es el banquero de Berlín el que descuenta y no el de Londres, la demanda en este último mercado disminuye. La letra no volverá al descuento de Londres en tanto que no haya bajado la tasa. Así, la letra sobre Londres que casi siempre tiene por origen transacciones puramente comer-

ciales, llena una función muy importante igualando el valor de la moneda en los diversos centros é impidiendo grandes demandas para la importación del oro.

El efecto del gran comercio extranjero de Inglaterra ha sido disminuir el valor de los capitales en Londres, y, por consiguiente, dar una poderosa ayuda á la industria.

El capital á un interés bajo es un elemento esencial, el más esencial acaso, para cada industria.

M. Félix Schuster dice que *no es el pabellón lo que sigue á la mercancía, sino los capitales.* Cuando los Estados Unidos y la República Argentina han construído caminos de hierro, casi exclusivamente con capitales británicos, han empleado productos ingleses. Cuando la indemnización de la China se paga en Londes, Inglaterra construye los buques de guerra japoneses.

CAPÍTULO X

EL COMERCIO DEL ORO

§ 1.—Dificultad del transporte del oro en 1769.—Facilidad actual.—Producción del oro en el mundo desde 1493.—Los países productores de oro.—Los que lo acumulan.

§ 2.—Papel del oro en los cambios internacionales.—Importaciones y exportaciones de los Estados Unidos.—Datos referentes al oro, 1897-1906, 1907-1908.

§ 3.—Una cuestión.— Utilidad del oro.—*Clearing houses* y valores mobiliarios.—Comercio reducido del oro como metal.—*Cada dia aumenta la banca el efecto útil.*—El más importante de los comercios como moneda.—*La circulación de un pais está tanto más perfeccionada cuanto más reducido es en él el uso de la moneda en relación al número de negocios.*

§ 4.—*El oro es una mercancia, pero su papel de patrón monetario la distingue de las demás.*—Salida segura á precio fijo.—Carácter del patrón monetario. — Error de Ducrocq.—*Común denominador.—Patrón monetario jurídico y no material.*—Roberto Peel, «los economistas de Birmingham» y el patrón monetario.—Las libras esterlinas de 3.17.9 chelines, de la Banca.—Precio prototipo de todos los valores. —Precio mínimo del oro.—Precio de reventa.

§ 1.—El transporte del oro en otros tiempos no era cosa cómoda. En sus memorias, el doctor Thomas Somerville, refiere que en 1769, antes de volver de Londres á Edimburgo, M. Donaldson, librero, le pre-

guntó si quería encargarse de un cajón, añadiendo que le serían pagados todos los gastos. Consintió Somerville y el 25 de Mayo de 1769 partió de Londres con el encargo, que contenía 8 ó 10.000 guineas, esto es, 210 ó 260.000 francos y pesaría unos 80 kilogramos con embalaje. Al mismo tiempo que el encargo, se le entregó un par de pistolas; se le trazó un itinerario exacto, indicándosele el número de millas que había de recorrer cada día, los lugares en que había de detenerse, y se le dieron ciertas indicaciones encaminadas á preservarle de los peligros que podía correr.

El viajero llegó á Edimburgo el día 29. Recibió varias prevenciones de peligros que amenazaban á su persona, y tales avisos eran reiterados con más insistencia en cada estación.

El peso del paquete llamaba la atención y el portador no podía disimular lo que conducía.

Cuando partía de una posta oía á su alrededor de los mozos de la posada y de otras personas, frases como ésta: «¡Ya necesita ir bien armado! ¡yo me contentaría con un pedacito de su paquete!»

Llegó, sin embargo, á su destino sano y salvo.

Su viaje, felízmente terminado, habíale costado 28 guineas y solo una le quedaba en el bolsillo.

Actualmente no nos ocupamos de estas dificultades de transportes. En seis semanas, desde el 8 de Octubre á primero de Diciembre de 1907, expedíanse 100 millones de dollars de Europa á los Estados Unidos; esto es, 518 millones de francos. Estos fondos fueron transportados desde los Bancos á los caminos de hie-

rro y de éstos á los paquebots, pasando desapercibidos. Diariamente se repiten operaciones de este género con la misma sencillez.

Las dificultades de otro tiempo, explican en cierto modo las preocupaciones de la vieja escuela bullionnista ó metalista.

Por otra parte, los metales preciosos eran muy raros. Se calcula que en la época del descubrimiento de América había en el mundo antiguo 10.000 millones de francos en metales preciosos, y que en 1800, reducíase la cifra á 120.000 millones.

El convenio de la unión monetaria de 1885, había encargado al gobierno francés recoger informaciones sobre el movimiento de los metales preciosos y de las monedas. Pero el gobierno no encargó de esta tarea á la Administración de la Moneda hasta después de una reclamación del Instituto internacional de estadística, en 1895. Las siguientes cifras están tomadas de tales memorias:

La producción del oro se valúa en 3.444,44 francos por kilo de metal.

El descubrimiento de los placeres de la California, data de 1849 y el de las minas de Australia, de 1851. He aquí la producción anterior de oro, según aquellos datos:

Producción del oro.	Millones de francos.
De 1493 á 1850	16.376
» 1851 á 1875	16.448
» 1876 á 1905	27.682
» 1906 á 1910	11.229
» 1911 á	2.423
1912 se calcula.	2.442

Por primera vez en 1906 la producción del oro rebasó la cifra de dos millones en 2,068.

Durante los siete años 1906-1912, la producción alcanzó á 16 $^1/_4$ millones, elevándose casi á la del período 1493-1850 y siendo inferior en cambio á la de 1851-1875, que fué de 1,5 por 100.

Durante el primer período de veinticinco años, la producción del oro ha sido superior á la de los tres siglos y medio precedentes.

¿Cuál es el consumo de los tres grandes países productores del oro?

Los datos sobre este particular son insuficientes, pero se puede admitir que Australia ha producido, de 1851 á 1911, 4.188.000 kilogramos de oro puro, que á 3.444 francos el kilogramo, dan 14.423 millones. Según las valoraciones del director de la Casa de la Moneda de Washington, Australia no habría conservado más que 616 millones de oro monedado; admitiendo una cantidad igual en lingotes y objetos industriales la cifra alcanzaría á 1.200 millones, que importan un 8 por 100 de 14.500 millones, quedando un 92 por 100 que debió ser exportado á los países consumidores de oro.

La producción del oro en los Estados Unidos desde 1851 á 1910 ha sido de 16.113 millones de francos. El Director de la Casa de la Moneda calculaba en 31 de Diciembre de 1911 el *stock* monetario de oro en 8.460 millones de francos (1.629 millones de dollars). Por consecuencia, los Estados Unidos han conservado la mitad de su producción, sin contar el consumo industrial.

No obstante, desde hace diez años los Estados Unidos consumen casi toda su producción. De 1906 á 1910 la producción ha sido de 725.000 kilos, valuados en 2.500 millones en cifras redondas. Según la memoria del Director de la Casa de la Moneda, se han empleado para usos industriales 190 millones de dollars (988 millones de francos); pero si se deducen los objetos refundidos y el metal troquelado, el oro indígena empleado se eleva á 75 millones de dollars (390 millones de francos); la moneda de oro fabricada se eleva durante este período á 525 millones de dollars (2.700 millones de francos); sin duda hay error, pero se ve que las cifras de la producción y del consumo coinciden.

De 1887 á 1912 el Africa del Sur ha producido 10.084 millones; no tenemos datos que nos indiquen cómo ha sido empleado; pero se puede admitir que casi todo él ha sido exportado.

El consumo del oro se concentra en un reducido número de países. La India que tiene una población de 295 millones de habitantes, compra oro en Europa desde hace algunos años; pero su *stock* es muy débil,

El *stock* monetario de oro en los diversos países. se componía en 1911, de 4.857 millones de dollars depositados en los bancos, y de 2.102 en circulación, ó sea un total de 6.500 millones; es decir, 34.800 millones de francos. Según esto, el director de la Casa de la Moneda de los Estados Unidos lo había evaluado en 1906, en 6.489 millones de dollars.

El *stock* monetario ha aumentado de 1906 á 1910.

Como se puede considerar que en 1875 el *stock* de

oro producido desde 1493 era de 33.000 millones, y que desde 1876 á 1912 ha sido de 41.000, ó sea, un total de 75.500 millones, resulta que el *stock* monetario conocido de 35.000 millones, representa menos de la mitad del valor total del oro producido en los cuatro últimos siglos.

Es evidente que aparte de los empleos industriales ha habido desaparición y atesoramiento de oro.

Según la Dirección de la Casa de la Moneda de los Estados Unidos, habría en 1911 en los Bancos y en circulación los *stocks* monetarios siguientes. (En millones de dollars) (1 dollar: 5'20 francos):

	En los bancos.	En circulación.	Totales.
Estados Unidos	1.331,3	378,7	1.710,0
Francia.....	632,9	525,1	1.158,0
Alemania.....	185,9	—	185,9
Rusia.....	634,1	327,3	961,4
Gran Bretaña	314,2	335,8	650,0
Austria-Hungría....	271,6	85,5	357,1
Suecia	13,2	—	13,2
Italia.....	264,1	—	264,1
Australia.....	184,5	14,6	199,1
República Argentina	244,4	—	244,4
			5.743,2

La cifra para 1906 era de 5.800; pero el documento en cuestión ha reducido la parte de Alemania de 917 millones de dollars á 185.900.000. La cifra es evidentemente pequeña. En 7 de Mayo de 1913, la Caja del Banco de Alemania, tenía 1.263 millones de marcos, ó sea 1.553 millones de francos.

La Gran Bretaña es el gran mercado del oro. ¿Cuánto ha absorbido de los 16.000 millones de francos del oro producido desde 1897 á 1906?

En forma de lingotes, mineral, y de moneda, durante dicho período:

	Millares de libras.
Ha importado	333.198
Ha exportado	270.994
Diferencia á favor de la importación...	62.206

ó sean 1.555 millones de francos.

De los 14.000 millones de francos producidos desde 1907 á 1911:

	Millares de libras.
Ha importado	265
Ha exportado	239
Diferencia á favor de la importación...	26

ó sean 660 millones de francos.

Ha importado	4.332	millones de francos.
Ha exportado	1.566	» »
Diferencia á favor de la importación	2.766	» »

Y durante el período 1907 á 1911, ascienden:

Importaciones	2.386
Exportaciones	686
Excede la importación en...	1.698

Francia ha guardado, pues, durante ambos perío-

dos 4.464 millones de francos; la Gran Bretaña solo 2.115 millones, ó sea 2.350 millones menos, ó lo que es lo mismo un 52 por 100.

Sin embargo, la Gran Bretaña continúa siendo el gran mercado del oro.

§ 2.—Es difícil determinar la función del oro en los cambios internacionales. Las cifras de la Administración de Aduanas de los Estados Unidos, nos dan los datos siguientes.

Según el *Stadistical Abstract* de los Estados Unidos (1907 p. 665) he aquí el total del comercio exterior de los Estados Unidos desde 1897 á 1906.

Mercancías.	Millones de dollars.
Exportaciones.....	13.800
Importaciones.....	9.000
Exceso de las exportaciones....	4.800
O sea 25.000 millones de francos.	

Comercio del oro en los Estados-Unidos.

Importaciones.....	750
Exportaciones.....	504
Exceso de las importaciones....	246
O sea 1.280 millones de francos.	

Esta última suma que en diez años ha compensado los 25.000 millones de excedente de exportación, solo representa la vigésima parte.

Así, ese exceso de exportación de 25.000 millones,

de los Estados Unidos está regulado por un excedente de importación de oro de un 5 por 100.

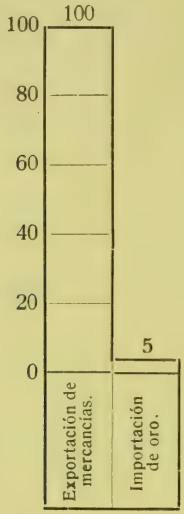

GRÁFICO 2.—Relación entre los excedentes de las exportaciones de mercancías y los excedentes de las importaciones de oro en los Estados Unidos durante el período de 1897 á 1906.

Si observamos el movimiento durante el período 1907 á 1912, encontramos:

	Mercancías.	(millones dollars) Oro.
Exportaciones.....	11.574	412,7
Importaciones.....	8.927	420,6
Diferencias.....	2.647	7,9

La diferencia en las mercancías á favor de la ex-

portación es de 13.764 millones de francos. La diferencia á favor de la importación de oro es de cuatro millones de francos. La compensación no representa, pues, una unidad por 100, ni siquiera $^1/_2$ por 100.

La intervención de los metales preciosos en la regulación del comercio internacional, es cada vez más débil.

La relación entre el cambio de mercancías y el cambio de oro, entre Inglaterra y los Estados Unidos se establece de la manera siguiente, para el período de 1897 á 1806:

Mercancías.	Millones de dollars.
Exportaciones al Reino Unido.....	5 416
Importaciones del »	1.651
Excedente de las exportaciones....	3.800

El excedente de las exportaciones de mercancías de los Estados Unidos á Inglaterra ha sido, pues, durante dicho período, de cerca de 20.000 millones de francos.

La comparación con el excedente de las importaciones en oro, dan las cifras siguientes:

	Millones de dollars.
Las importaciones en los Estados Unidos procedentes de Inglaterra han sido....	180
Las exportaciones á Inglaterra.....	73
	107

Ó sea 550 millones de francos, ó un 2'70 por 100, menos de un 3 por 100 con relación al excedente de exportación de las mercancías americanas.

La función del metal amarillo en las relaciones internacionales de los Estados Unidos, es pues, muy reducida. El balance comercial se encuentra regulado por un 5 por 100 con todo el mundo y por menos de un 3 por 100 con Inglaterra, durante el citado período de 1897 á 1906.

Para el período de 1907 á 1912, encontramos:

	Mercancías.	Oro.
Exportaciones.....	3.381	64.9
Importaciones.	2.070	132.6
	1.331	67.7

Las exportaciones de mercancías exceden en 6.817 millones de francos. El movimiento del oro solo comprende las cifras de 1907 á 1911; la diferencia entre la importación y la exportación es de menos de 68 millones (358 millones de francos).

Pero es preciso tener en cuenta la crisis de 1907.

Durante los dos años fiscales que terminan en 30 de Junio de 1907 y en 30 de Junio de 1908, las cifras del comercio de los Estados Unidos, son las siguientes:

	Mercancías Millones de dollars.	
	1907	1908
Exportaciones totales.....	1.880,4	1.860,7
Importaciones.....	1.434,8	1.194,3
Excedente de las exportaciones....	0.445,6	0.666,4

Ó sea, una diferencia de 2.225 millones de francos

en 1907 y de 3.308 millones de francos en 1908.

	Oro Millones de dollars.	
	1907	1908
Importaciones.....	114,5	140,3
Exportaciones.....	51,4	72,4
	63,1	75,9

Ó sea, una diferencia de 315 $^1/_2$ millones de francos para 1907 y de 393 para 1908.

Las diferencias entre las exportaciones y las importaciones de mercancías están, pues, reguladas por un 13 por 100 oro para 1907 y por un 11 por 100 para 1908.

Esta proporción es mayor que la correspondiente á los diez años anteriores.

Pero para procurarse los 76 millones de dollars (393 millones de francos) que los Estados Unidos han importado en 1907-1908, han tenido que entregar valores á todo precio. Londres elevó su descuento á un 7 por 100 y ellos compraron, pues, muy caro el oro.

Por consiguiente aquel excedente de importación no representa para los americanos un beneficio (1).

Se negoció con las importaciones de oro de Europa después que se habían apoderado de las cantidades de oro disponibles en Londres y de haber desconcertado á Berlín; se dirigieron al Banco de Francia, pero como éste rechazaba los *finance bills*, fué preciso contentarse con la asistencia indirecta que

(1) A. Raffalovich, *Le marché financier*, 1907, pág. 5.

este Banco prestó á Londres y del descuento del papel de comercio.

¡Todos estos esfuerzos han acarreado la diferencia de 76 millones de dollars, 393 millones de francos, entre las importaciones y las exportaciones!

Desde 1909, se ha producido el fenómeno contrario:

	Millones de dollars.	
	Importaciones.	Exportaciones.
1909	0,5	13,9
1910	0,3	32,2
1911	»	13,8
	0,8	59,9

Las importaciones de oro son insignificantes. Las exportaciones al Reino Unido han alcanzado á 60 millones de dollars (312 millones de francos).

Las cifras de 1912, no se conocen aún.

Los metales preciosos juegan, pues, en las transacciones internacionales un papel muy distinto del que generalmente se les atribuye.

A la pregunta de qué hubiese sido del comercio y de la industria, sin la enorme producción del oro durante los últimos treinta años, responden los hechos siguientes:

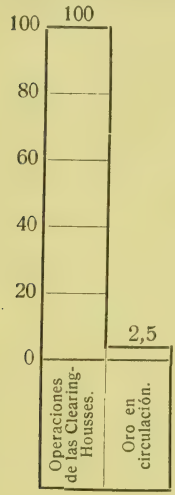

GRÁFICO 3.—Relacion de las operaciones de las *clearing houses* americanas y británicas, al valor del oro en circulación.

La necesidad de la moneda metálica es cada vez más pequeña en relación á la cifra de los negocios.

§ 3.—La regulación de los *clearing houses* de Londres ha importado en 1912, libras 15.961.773 y la de las demás ciudades, libras 770.434.000, ó sea más de 394 millones de francos, sin cambiar un shelling en moneda.

Las regulaciones por medio de las *clearing houses* de Nueva York, ha importado 101.723.523.000 dollars, ó sea 529.000 millones de francos; las de las demás ciudades, 72.000 millones de dollars, 374.000

millones de francos; en total, para los Estados Unidos, 903.000 millones de francos.

En la Gran Bretaña y los Estados Unidos, los *clearing houses* han representado en 1912, 1.297.000 millones de francos en transacciones.

El stock de oro de 36.000 millones, representa un 0,27 por 100.

M. Neymarck (1), calcula para 1911 el importe de los valores mobiliarios existentes en el mundo, en 815.000 millones de francos; y su cambio, el cambio de sus cupones, sirven para regular la cantidad de las transacciones.

En Francia, según las Memorias del Banco de Francia, la parte de numerario metálico para el conjunto de las cantidades recibidas y pagos efectuados, ha sido en 1908 de 20.296 francos por millón, y en 1912, sólo ha sido de 13.232 francos.

Si sólo se considera el oro como tal, como primera materia de la moneda, su comercio es muy pequeño comparado con el de cereales, el de la siderúrgia y el de las materias textiles, y, sin embargo, desde el punto de vista de los resultados, *es el más importante de los comercios.*

Diariamente, la banca aumenta el efecto útil de ese metal.

La circulación en un país es tanto más perfecta cuanto más restringido es el uso de la moneda en relación á la cifra de sus negocios.

§ 4.—El metal que sirve de patrón monetario en la actualidad, el oro, es una mercancía; pero á con-

(1) 1911. Instituto internacional de estadística.

secuencia de la función que se le ha impuesto, no es una mercancía como otra cualquiera.

La producción de trigo, vino, hierro, cobre, etc., lleva aparejada la preocupación de las variaciones de las salidas. Si hay muchas, el precio baja hasta una cifra que no se puede determinar.

El productor de oro no tiene que *preocuparse de su salida;* no tiene que *preocuparse de su precio de reventa.*

El oro encuentra siempre cliente á un precio determinado en las monedas del país.

Este precio determinado es lo que se llama *patrón monetario.*

M. Ducrop se ha equivocado al decir: «La autoridad certifica el valor real de la pieza de moneda» (*Curso de derecho administrativo*, tomo II, pág. 586).

No. La autoridad da un nombre á una cierta cantidad de metal contenida en una pieza de moneda; y á este nombre han de referirse todos los valores que han de ser objeto de transacciones ó han de constituir obligaciones en el país. *Este es el común denominador.*

La función del patrón monetario es *jurídica y no material.* Está fijada por la ley que da á *un lingote de metal, de un peso, de un título y de un tipo fijados, un poder liberativo ilimitado y forzoso y le asigna un precio prototipo al cual se refieren todas las obligaciones.*

Este precio prototipo representa una medida invariable, como todos los demás pesos y medidas: y á él se refieren todos los valores, incluso el del metal

mismo que ha sido escogido como unidad monetaria.

Este patrón puede no ser una pieza de metal, sino un tipo monetario que se refiera á un metal; así, la libra tornesa, el dollar de oro que no está gravado, el franco de plata en los países de la Unión latina, que desde 1866, no es más que un tanto; así, la libra esterlina, que acuñada, se llama *sovereign*.

El precio del lingote de oro está evaluado por el número de chelines ó de francos que dan las casas de la moneda de las onzas *standard* ó de los kilogramos aportados en lingotes.

El precio de la onza de oro, título $^{11}/_{12}$ (916,6) está fijado por la Casa de la Moneda de Londres en libras 3,17 ó 10 $^{1}/_{2}$ chelines.

Robert Peel mantenía el tipo fijado 300 años antes, cuando se quiso establecer una relación fija entre el oro y la plata: una libra de oro debía dar 44 guineas y una libra de plata 62 chelines ó sea una relación de 15 $^{2}/_{3}$ á 1.

En 1844, un grupo «de economistas de Birmingham» pretendió que el Banco diese 5 libras por onza. Roberto Peel respondía:

> Entonces los que hubiesen contraído deudas al precio de 3 libras 17 chelines, 10 $^{1}/_{2}$ peniques, las pagarán á 5 libras por onza. Esto sería muy ventajoso para ellos; pero no se aprestarían á contratos para el futuro y el extranjero no tendría en cuenta esos arreglos administrativos.

Roberto Peel mostraba la fijeza del patrón monetario como medida de valor, extrañándose de que «los

economistas de Birmingham» no hubiesen propuesto también dar al pie inglés un valor de 16 pulgadas para contribuir así al desarrollo de la riqueza de Inglaterra.

A pesar de las transformaciones que han tenido lugar en el mundo, la libra esterlina del mismo peso y del mismo título permanece siendo la unidad de valor á la que se refieren todas las demás.

Cualquiera que lleve á la Casa de la Moneda una cierta cantidad de oro, está seguro de recibir 3 libras, 17 chelines y 10 $^1/_2$ peniques por onza, pero después de ser gravados; si va al Banco, recibe inmediatamente 3 libras, 17 chelines y 9 peniques, ó sea 1 $^1/_2$ peniques por onza de menos. Todos los vendedores de oro, se dirigen, pues, al Banco de Inglaterra, que debe comprar siempre al precio fijo.

El precio del oro no puede bajar. Puede elevarse si un país ó un banco tiene necesidad de metal.

Entonces los bancos defienden su caja elevando la tasa de descuento que ataja la demanda de oro. Elevan el precio del oro, aun cuando las transacciones corrientes se compensaran de tal manera que pudiera hacerse la regulación en especies.

La onza de oro podrá ser pagada más cara en la Casa de la Moneda, si falta oro para la industria ó para los países extranjeros; pero siempre tendrá un precio mínimo, porqne á ese precio fijo se compra en el Banco de Inglaterra; y *el oro es actualmente la única mercancía en el mundo de que están seguros los productores, pueden venderla á un precio mínimo.*

Y ¿cómo el vendedor ó el comprador podría apre-

ciar el valor del oro si no hubiese una medida fija á que referirlo? Si no hubiese una unidad que se llama patrón, á la cual puede referirse el valor de las cosas y de los servicios, ¿cómo se podría apreciar el alza y la baja y su equivalencia respectiva?

Si una onza de oro cuesta al minero á más de 77 chelines y 9 peniques, es pérdida y cesa de producir. Si la onza de oro cuenta menos de 77 chelines y 9 peniques, es segura la ganancia; y por esto en el Transvaal, con minerales pobres, toda la cuestión está en el coste de la producción.

CAPÍTULO XI

LAS CRISIS ECONÓMICAS (1)

En general no hay sobreproducción.—*Las crisis no proceden de un exceso de producción, sino de un exceso de consumo.*—Absorción de los capitales en circulación por los capitales fijos.—Por ello pierden su poder de adquisición.—¿En qué proporción?—Ejemplo hipotético.—La causa de la crisis de los Estados Unidos en 1907.—M. C. Juglar: los síntomas de las crisis.—Datos de las existencias y de la bolsa del Banco de Francia.—Los precios y las crisis.—La causa de las crisis.

Cuando se produce una crisis, exclaman todos:—Hay sobreproducción. Esta es una crisis monetaria.

En el mundo no habrá sobreproducción en tanto que cada habitante del planeta no esté nutrido, vestido y aposentado según sus deseos. Podrá haber sobreproducción de tal ó cual artículo cuyo consumo se haga solo por un grupo de personas, bien por la naturaleza del artículo ó por lo elevado de su precio. Podrá haber sobreproducción de tejidos de algodón en el Lancashire, de tal ó cual objeto de uso corriente; pero esta sobreproducción solo probará que los

(1) Raffalovich **1, 2**.—Yves Guyot *(La crise americaine. Revue du commerce, de l'industrie et de la Banque,* Diciembre, 1907).

que quieren comprar camisas no tienen para comprarlas.

La crisis puede producirse después de una mala cosecha como en 1847; se produce después de un período de actividad, pero también tras de una guerra como la de 1857; en 1886 se produce después de la guerra de Secesión, y la carestía del algodón provocada por ella, se produce en 1873, después de la guerra franco-prusiana.

Las guerras han absorbido capitales de los que ya no se puede disponer. Por otra parte, una gran actividad en la construcción de caminos de hierro, buques, maquinaria, etcétera, ha absorbido también considerables capitales. Una vez convertidos estos capitales en fábricas, railes, túneles, etcétera, pierden su poder de adquisición y hasta lo que de este poder les haya sido restituído por el uso que de ellos se hace, es arrebatado á la circulación é inmovilizado.

Un capitalista tiene 100.000 francos de fortuna. Construye una fábrica que le cuesta los 100.000 francos suyos, más 30.000 que toma á préstamo ó que debe á sus coempresarios.

Además ha tenido que reservarse algunos miles de francos para ir viviendo. Todo el capital invertido en construcciones y maquinaria ha perdido su poder de compra. No sólo el que ha empleado así su capital pierde el poder disponer de él, sino el que le prestó también, y todo lo empleado sufre un agobio y una crisis que puede llegar á la quiebra. Multiplíquese este ejemplo por miles y cientos de miles y se tiene la explicación de las crisis.

Pero algunas personas responden: — No, estos 130.000 francos no han perdido su poder de adquisición, se han empleado en el país. Solo han cambiado de manos.

Analicemos el fenómeno.

El industrial ha empleado los 130.000 francos de la siguiente manera:

Construcciones..... ..	30.000 francos.
Maquinaria.....	90.000 »
Resto.....	10.000 »

Supongamos que los salarios importan un 66 por 100 en las construcciones y maquinarias y que el beneficio de los contratistas de unas y otras sea de un 10 por 100, tendremos:

Salarios	80.000 francos.
Beneficios.....	12.000 »

Admitamos que los obreros después de haber atendido á sus necesidades y á las de su familia con las nueve décimas partes de sus salarios, ahorran la décima parte restante, esto es, 8.000 francos; admitamos que los contratistas hayan podido ahorrar la mitad de sus beneficios, y tendremos pues, de capital disponible:

Ahorro de los obreros... .. .	8.000 francos.
Ahorro de contratistas.....	6.000 »

De los 120.000 francos empleados, restan 28.000 francos que han sido invertidos en compra de materias primas, materiales, etc.

Supongamos que el ahorro de los obreros que han trabajado en los materiales y en la maquinaria com-

prada, haya sido uniformemente de un 10 por 100, y se tendrán aún 2.800 francos.

Admitamos que los caseros y suministradores de los obreros, hayan ahorrado también el 10 por 100 de los 72.000 francos que aquellos han gastado en sus necesidades, y tendremos 7.200 francos más.

El mismo cálculo podríamos hacer respecto á los 25.200 francos que restan de los 28.000, deducidos los beneficios, y tendríamos 2.500 francos que aumenta el ahorro de caseros y suministradores á 9.700 francos.

He aquí, pues, con cálculos evidentemente exagerados respecto al ahorro realizado, lo que queda disponible del capital de 130.000 francos en cuestión:

Ahorro de los obreros.....	8.000	francos.
» » empresarios....	6.000	»
» » suministradores	2.800	»
» » caseros y suministradores de obreros	9.700	»
	24.500	»

A los cuales hay que añadir los 10.000 francos que el industrial se reservará. Tenemos, pues:

Capital	130.000	francos.
Resto disponible.....	34.500	»
Diferencia	95.500	»

En cifras redondas 96.000 francos, cerca de un 75 por 100 del capital empleado, han sido absorbidos por la subsistencia de los obreros y las construcciones y maquinarias 96.000 francos que han perdido su poder de adquisición.

Cierto que esta maquinaria reportará el capital que absorbiera si la empresa á que se destina es próspera; no sólo ganará el industrial un interés que le compensará del interés del capital y comenzará á darle efectivos disponibles, así como á sus acreedores: llegará el momento en que el capital sea completamente reembolsado, y entonces todo será beneficio, es decir, el poder de compra no solo se habrá recuperado sino que se habrá aumentado con el de los provechos de la empresa. Del mismo modo aquel capital habrá podido contribuir á aumentar la riqueza del medio en que ha sido empleado, dando un mayor valor á ciertos productos.

Pero durante un cierto período ha habido disminución de efectivo, y el industrial, de no reservar un fondo suficiente para el desarrollo de la empresa, ha corrido el riesgo de la quiebra; ha habido *crisis*.

Lo que es cierto para un industrial aislado, lo es también para el conjunto de capitalistas, industriales y propietarios.

En 1906 las emisiones habían agotado la facultad de ahorro de los pueblos poco numerosos que producían capitales (1). En dicha época, su capacidad de imposición en valores mobiliarios puede calcularse en 1.500 millones de francos para Francia, otro tanto para Alemania; 2.000 millones, para Gran Bretaña; 800 millones, para Austria; 700 millones, Bélgica y Holanda juntas; 250 millones, España y Por-

(1) Yves Guyot, La crisis americana, *Revue du Commerce et de l'industrie et de la Banque*, Diciembre, 1907.—P. Leroy Beaulieu, *Economiste française*, 31 Agosto 1907.

tugal; 500 millones, Rusia; 200 millones para los países meridionales, y otros 200 para el resto de Europa; ó sea un total de 12 ó 13.000 millones: durante los cuatro años 1903 á 1906, el término medio de las emisiones había sido de 19.500 millones, deducción hecha de las conversiones y del doble empleo; ese término medio había de rebasar aún la capacidad de imposición de aquellas diversas naciones (1).

Los caminos de hierro americanos habían absorbido en 1906, 970 millones de dollars, más de 5.000 millones de francos. Y los Estados Unidos tenían una capacidad de ahorro mucho más inferior; por consecuencia, no solamente habían desaparecido sus efectivos, sino que tuvieron que contraer onerosas obligaciones: era evidente que habían de verse obligados á atajar sus trabajos de un día á otro; el 14 de Marzo de 1907, se verificó una retirada de fondos en la Bolsa de Nueva York, y era fácil prever la crisis. A partir del 1.° de Julio de 1908, los caminos de hierro no han podido colocar un título; por ello, hubo que suspender los encargos á los establecimientos metalúrgicos, y éstos tuvieron que pararse. El 22 de Octubre el *Knickerbocker trust* suspendió sus pagos. Esta fué la campanada; pero la crisis existía, y era una crisis industrial, agravada, es cierto, por el detestable régimen fiduciario de los Estados Unidos, que no ha corregido suficientemente el bill votado este año.

En la *Sciencie economique* se encontrará la histo-

(1) A. Neymarck.

ria de las diversas crisis que se han producido. Sólo quiero hablar aquí de las crisis en la relación que pueden tener con el comercio.

M. Clement Juglar (1), en su libro sobre las *Crisis comerciales*, dice que toda crisis económica está caracterizada por tres hechos: 1.°, el alza de precios que la precede; 2.°, el acopio de las especies metálicas que determina la explosión; 3.°, la baja de los precios que permite la liquidación.

En contra de la teoría cuantitativa, M. Juglar hacía notar que «cuando el oro escaseaba y era demandado, las existencias en los bancos son menores y los precios son más altos».

Los precios se elevan en razón á la transformación de los capitales circulantes, en capitales fijos. Pero estos capitales son absorbidos; han perdido su poder de compra; el papel, constituyendo el equivalente de los cambios, no basta para la liquidación de las operaciones. El pago de las materias primas, el pago de los salarios, el pago de los gastos de toda clase, no eran reembolsados con beneficio por los consumidores al precio previsto, quedando á cargo del industrial. Se hace necesario apelar á las reservas metálicas, y á medida que éstas se agotan, bajan los precios.

Los precios no se elevan con los fondos monetarios, porque el alza de los precios se produce en el momento en que siendo cortas las existencias, estallan las crisis.

M. Jacques Siegfried, ha publicado un gráfico (1)

(1) Pág. 20.

según la teoría de M. Juglar, que da á las crisis una periodicidad bastante regular.

Los comerciantes franceses pueden tener en cuenta las indicaciones suministradas por la Memoria de las existencias del Banco de Francia y de la Bolsa. Sin embargo, en 1907, en ella no se preveía la crisis americana.

Se impone reemplazar las viejas teorías de las crisis por la sobreproducción, por la noción siguiente: *La causa objetiva de las crisis es la destrucción de los capitales por las guerras ó los despilfarros, y la absorción por los capitales fijos de los capitales en circulación, que no han de recuperar su poder de adquisición, sino á medida que son amortizados.*

---

(1) Yves Guyot, **1**, pág. 419.

CAPÍTULO XII

EL BENEFICIO

Objeto de todas las operaciones comerciales.—Necesidad de la contabilidad.—*El beneficio es el exceso de los ingresos sobre los gastos al final de una operación ó de un ejercicio.*—*Gastos* generales fijos y variables.—El valor de la mercancía.—Beneficio bruto y beneficio neto.—Ganancia ó pérdida.

Todas las operaciones de comercio tienen por objeto obtener un beneficio. Este beneficio está determinado por la contabilidad. El título II del Código de Comercio impone la obligación de llevar la contabilidad.

Sin embargo, se sabe que á pesar de las sanciones del Código, un gran número de fabricantes no llevan en regla la contabilidad y que otros tienen una contabilidad mal establecida.

Es un mal síntoma, pero debemos decir que con frecuencia se exigen á la contabilidad resultados imposibles; y según el valor que se dé á tal ó cual elemento, se podrá encontrar en el papel un beneficio, cuando en realidad hay una pérdida.

En una sociedad por acciones, los propietarios, los accionistas, casi nunca ven su propiedad y no pueden apreciar su valor más que por el balance que

conocen. Los directores y administradores de los grandes negocios solo pueden rendir cuentas de la situación por medio de cifras.

La organización de la contabilidad es, pues, una cuestión de primer orden.

La ganancia es el exceso de los ingresos sobre los gastos al final de una operación ó de un ejercicio.

El comerciante aumenta al precio que le costó la mercancía, los gastos accesorios de transporte, impuestos, seguros, etcétera; disminuye los descuentos, bonificaciones, rebajas, gracias obtenidas (1) y obtiene así el precio neto de compra ó venta en la cuenta de las mercancías. Este es el precio de coste.

Pero el comerciante tiene gastos generales que se pueden distinguir en gastos generales fijos y variables.

GASTOS GENERALES

FIJOS	VARIABLES
Interés del capital.	Conservación de los inmuebles, material, mobiliario y medios de transporte.
Alquiler, impuestos, seguros.	Alumbrado, calefacción y limpieza.
Amortización del material.	Descuentos, agios y comisiones, etc.
Maquinaria y medios de transporte.	Seguros sobre las mercancías, gratificaciones, propinas, etc.
Nóminas de la dirección y del personal.	

Los gastos generales fijos se aplican á un capital,

(1) Eugenio Leantey, Gastos generales, Beneficio, Precio de reventa. *(Dictionaire du commerce).*

casi inalterables en el curso de un ejercicio; los variables son distintos según las transacciones.

El interés del capital forma parte de los gastos.

Puesto que el capital perteneciente al comerciante, á los comanditarios ó á los accionistas, debe ser considerado siempre con una carga propia.

Es muy importante distinguir bien á los capitales fijos de los circulantes (1).

El comerciante se señala asignaciones ó gastos generales de existencia para remunerar su trabajo.

En los libros y en el inventario del comerciante, el valor de la mercancía no debe ser aumentado con los gastos generales. Esto sería engrosar la cifra de una manera ficticia, y esa cifra no debe importar más que el precio neto de compra.

¿Cómo repartir los gastos generales entre las mercancías, á fin de determinar el precio de venta?

Si el año precedente, un comerciante ha tenido 25.000 francos de gastos generales para un negocio de 100.000 francos, deberá aumentar en un 25 por 100 el precio neto de compra para obtener el precio de reventa de la mercancía.

El beneficio bruto se calcula sin deducción de gastos.

El beneficio neto se obtiene después de tal deducción.

La diferencia entre el precio neto de adquisición y el precio neto de venta constituye la ganancia ó la pérdida.

---

(1) Henry Monflier.

LIBRO V

Los comerciantes.

CAPÍTULO PRIMERO

NÚMERO Y DISTRIBUCIÓN DE LOS COMERCIANTES

Número de personas dedicadas al comercio.—Su relación con la población activa.—Por sexo.—Principales comercios.—Jefes de establecimientos, dependientes y empleados.—Importancia de los establecimientos.—Clasificación según el número de empleados.—Número de extranjeros dedicados al comercio en Francia.

Les Rèsultats statitisques du Recensement de la population en France (empadronamiento de la población en Francia) cuentan en 1906, 2.002.000 personas activas dedicadas al comercio. En 1901, eran 1.823.000 y en 1896, 1.600.000. Los juegos y espectáculos diversos comprenden 50.000 personas.

En el cálculo destinado á establecer la importancia relativa de las diversas industrias y profesiones, se ha agregado á la sección *6* que comprende el comercio, la sección *8 A* (cuidados personales), peluqueros y establecimientos de baño, que representa 66.000 personas.

El conjunto de la población activa es de 20.720.000 personas de ambos sexos. De los 2.002.000 personas dedicadas al comercio, 1.231.000 pertenecen al sexo masculino y 770.000 al femenino.

El personal del comercio, engrosado con los elementos antes citados, está representado por 1.030 personas por cada 10.000 de la población activa, ó sea, alrededor de un 10 por 100. Atendiendo á los sexos, aparece en una proporción un poco mayor el femenino. En el departamento del Sena, el personal comercial es de 1.249 por cada 10.000 personas activas; en la Creuse l'Ariège, la Lozère y Córcega, son menos de 200.

He aquí las cifras de los representantes de ciertos comercios en 1906 y 1896:

	1906	1896
Productos agrícolas	48.900	43.800
Comercio de líquidos	90.100	70.300
Vendedores de bebidas	257.500	238.000
Despachos de comestibles	491 400	387.000
Restaurants y hoteles	311.700	233.000
Comestibles y productos químicos	68.100	55.000
Papel, libros, etc	35.600	27.000
Materias primas para la industria	61.600	47.200
Comercios de objetos para vestidos	194.900	171.400
Comercios de materias y objetos para usos domésticos	86 400	71.900
Comisionistas, corredores, hosteleros	73.200	11.000

Los comercios de alimentación comprenden la gran mayoría del personal dedicado al comercio: 1.150.000 en 1906 y 928.000 en 1896. No obstante, no hay que atribuir á esta progresión un carácter de exactitud. Gran parte de las diferencias observadas en los dos

censos comparados, provienen de inexactitudes en el de 1896 y de cambios en la asignación de personal á las distintas profesiones.

Los «comercios diversos», deducción hecha de la banca, de las casas de seguros, espectáculos, de forasteros y agencias, comprendían 1.864.000 en 1906 y 1.495.000 en 1896.

	1906	1896
Jefes de establecimientos...	549.900	444.300
Número de establecimientos que ocupan obreros ó empleados. .	277.600	249.600
Personas que trabajan aisladamente	519.900	»

El número de establecimientos que ocupaban obreros ó empleados era			en 1906	en 1896
De	1 á 5	»	365.600	427.115
»	6 á 10	»	90.500	80.900
»	10 á 50	»	268.200	210.800
»	51 á 100	»	755	446
»	101 á 200	»	175	92
»	201 á 500	»	72	36
»	501 á 1.000	»	13	5
»	1.001 á 2.000	»	6	7
»	2.001 á 5.000	»	6	3
»	más de 5.000	»	1	»

En 1906 el número de jefes de establecimientos de nacionalidad extranjera era de 10.250; y el número de empleados extranjeros 19.000.

El comercio no ha sido invadido aún por los extranjeros.

CAPÍTULO II

LOS INTERMEDIARIOS

Proteccionistas y socialistas contra los intermediarios «parásitos».—M. Julio Domergue.—¿Cuántos son?—Cantidad despreciable.—Supresión del comercio.—«La propiedad contra el comercio.»—«El vino de cosechero.»—Decepciones del cosechero y del cliente.—«Relación directa del productor con el consumidor.»—Recriminaciones.—Privilegios para las sociedades cooperativas.—El melón y la cooperación.

Los proteccionistas están de acuerdo con los socialistas para declarar que el comercio no produce utilidad, puesto que no produce nuevos objetos; y que el comerciante no es más que un parásito.

En su libro *¿Librecambio ó protección?*, M. Julio Domergue inserta todas las imprecaciones lanzadas contra el comercio por el teórico de la economía nacional alemana, List, muerto en 1842.—No son nuevas:

«El objetivo único del comercio es comprar al precio más barato posible, para vender al más caro que se pueda... ¡Cuánto provecho no se ha de obtener colocando en pugna á los productores de dentro y á los de fuera, burlando, en una palabra, al uno por el otro. El comercio será, pues, libre-

cambista, porque tal es su interés. Pero, ¿se compagina este interés con el general del país?

Después, M. Domergue echa una mirada al curso de 1901, y dice: «¿Qué es el comercio en relación al conjunto de la población? El 8 $^1/_2$ por 100 de la población activa de Francia.»

Separado el comercio pequeño del comercio al por mayor, continúa:

«El comercio al detalle está surtido por el gran comprador, el comprador al por mayor, el comisionista, el gran almacén, el gran bazar: ¡he ahí todo! Y éstos se calculan en Francia en dos mil, contando por largo. ¡Dos mil para cuarenta millones!

Es, pues, según M. Julio Domergue, en cantidad despreciable esta aristocracia que no hay que tener en cuenta, si no es para desencadenar contra ella á los campesinos, á los que se da la ilusión de que su interés es la protección, y á los obreros á los que se les muestra la protección como la defensa del trabajo nacional; y M. Julio Domergue, exclama: «El 73 por 100 de la población activa vive de la producción»; y «para ser partidario de la libertad comercial, no es preciso ser productor á cualquier título que se sea» (pág. 39). En cuanto á los pequeños comerciantes, M. Julio Domergue añora los tiempos de las corporaciones en que las maestrías y jurados limitaban su número, y les acusa de impedir que el consumidor disfrute los beneficios de la baratura que el proteccionismo, por otra parte, no tiene por objeto provocar.

M. Domergue, dice: «La agricultura y la industria tienen la obligación primordial de reconstituir los reguladores del engranaje intermediario que las pone en comunicación con el comercio al detalle», y añade que «si el detalle no quisiera comprar, los productores crearán almacenes para vender directamente al público».

Entiende Julio Domergue, que el comercio sólo se ocupa de objetos de lujo ó de simple adorno, novedades, alhajas, etc. Respecto á los demás artículos «el comercio se impone á su clientela por el sólo hecho de las necesidades del comprador, su venta es forzosa, pudiera decirse, su despacho, obligatorio».

¿La venta y el despacho de qué? ¿Del comercio? Domergue supone, pues, que como el francés es gran consumidor de pan, el comerciante en trigos debe desaparecer; que, como la carne es necesaria para una parte de la población, el tratante de ganados debería desaparecer, y, sin duda, el *chevillard* también; y para el vino, se muestra partidario «de la relación directa entre el productor y el consumidor», sistema que como todos saben, ha dado tan buen resultado á los viticultores del Mediodía que lo han seguido.

Julio Domergue, Méline y sus discípulos, han dicho á los viticultores:—Si no vendéis mejor vuestros vinos es por falta de comerciantes. Ellos han afirmado que pasándose sin comerciantes, el cosechero tendría todo el beneficio de su cosecha, que no dejaría nada en manos de los intermediarios inútiles, y que por otra parte, el consumidor tendría vino puro, no

falsificado, vino del cosechero, con toda clase de garantías.

Los economistas que anunciaron lo que ha sucedido, fueron tratados con cólera y menosprecio. Yo sé de ello alguna cosa.

Al día siguiente de la cosecha, el viticultor tiene necesidad de hacer sus adelantos que ascienden de 300 á 500 francos por hectárea, en la mayoría de los viñedos, se elevan por término medio á 1.300 francos en el Médoc, y alcanza asimismo á 2.000 francos en ciertos predios extensos. El comerciante llegaba con sus capitales y créditos y compraba la cosecha.

Suprimido el intermediario, el viticultor necesitado de hacer sus adelantos, en vez de ser reembolsado, se ve obligado á nuevos gastos. Ha de aumentar el número de sus toneles y comprar barriles; y en vez de cuidar el vino y ocuparse del cultivo, ha de dedicarse á la busca de clientes. Nuevos adelantos que hacer.

El cliente más ó menos reacio llega más ó menos lentamente, y el viticultor advierte que el nuevo cliente ha costado mucho, aumentando los gastos generales de publicidad; y después, paga más ó menos bien. No solamente el viticultor tarda más en reunir sus fondos, sino que algunas veces no lo logra por completo. Y esto es para él tanto más grave cuanto que no tiene á su disposición los capitales y los créditos de los comerciantes de vinos, estando reducido á su propio capital y á su propio crédito.

El cliente recibía con satisfacción su «vino de

cosechero». ¿Era vino del año? Lo encontraba demasiado nuevo. F recuentemente este vino era de aramón conteniendo cinco ó seis grados de alcohol que el transporte no había mejorado. Si el vino era malo, si ocurría algún accidente en el camino, al cliente no le quedaba recurso alguno contra el propietario, alejado 600 ú 800 kilómetros. Añoraba el cliente el buen producto de Bercy, formado de mezclas hábilmente hechas, conservando siempre con muy escasa diferencia la misma calidad é igual precio. Y volvía á él, á menos que su experiencia de «vino de cosechero» no le hubiese estropeado el gusto (1).

La experiencia ha costado cara; pero, ¡en 1907 he oído celebrar la vuelta del acuerdo entre la propiedad y el comercio de los vinos!

Los mismos hombres han denunciado los matarifes á los agricultores. ¡Siempre los mismos, queriendo persuadir á los «productores para que se pongan en relación directa con los consumidores extranjeros!»

Si los derechos de aduanas no producen las maravillas que aquéllos habían anunciado, es á causa de los intermediarios que se llevan todo el beneficio.

Se habla mucho en la Sociedad de Agricultura, de «la venta de los productos agrícolas». Naturalmente, se pide para ella el privilegio de no pagar patente; y dos decretos del Consejo de Estado (12 de Junio y 19 de Julio de 1907), se lo han reconocido.

(1) Delcous, *Communication à la Société d'Economie industrielle et commerciale.*

Los comerciantes que soportan las cargas fiscales, tienen el derecho de reclamar.

Yo he oído, en la Cámara de los Diputados, sostener esta petición, de excepción de patentes, para todas las Sociedades cooperativas, con este argumento:—diez personas compran un melón en común, y se lo parten. ¿Deben pagar una patente?

Pero no se trata de un melón; se trata de Sociedades que pueden comprender á millares de personas. Algunas Sociedades cooperativas no pertenecen más que á sus fundadores. Cuentan sus clientes por accionistas, dándoles en primas la primer entrega sobre sus acciones. Admiten asociados con una versación de uno ó dos francos. O las Sociedades cooperativas necesitan privilegios para existir, y entonces no son viables, ó son una forma superior del comercio, y entonces no hay razón para sustraerlas á las cargas de los comerciantes á que hacen competencia.

CAPÍTULO III

LOS DETALLISTAS

El detallista.—Este término se aplica solo al pequeño comerciante.—Defecto de una generalización psicológica.—El papel de la mujer en el comercio al detalle.—Los pequeños comerciantes contra los grandes almacenes.—Violación de la libertad del comercio por la ley sobre las patentes de 1893.—Número de los registros de estas patentes.—El descanso semanal.—Los comerciantes de carbón para el mantenimiento del precio.—El «precio protegido». Tentativas en la Gran Bretaña.—El Sadla.—Concentración para la compra y distribución para las ventas.

El comercio comprende á los comerciantes al detalle, comerciantes de importancia y comerciantes al por mayor, corredores, comisionistas y representantes de comercio.

El consumidor no conoce más que al detallista ó al comerciante de importancia. Este detallista puede tener un gran almacén que hace infinidad de negocios.

Yo no intentaré trazar la psicología de los pequeños, de los medianos ni de los grandes comerciantes. Los he conocido y los conozco mucho, y esto es una razón para que no me atreva á hacer generalizaciones literarias que seducen á los lectores, pero que nada tienen de exactas.

El tendero de los pueblos del Mediodía no tiene la misma mentalidad que el de las villas del Norte ó de la Bretaña y entre los de una misma región, haciendo todos el mismo comercio, no lo conciben de la misma manera: y ¿qué relación tiene cada uno de ellos con el tendero que vende tarjetas postales en la calle de Rivoli y cuya tienda de la anchura de una arcada supone un alquiler de 4.500 francos?

En la tienda de pueblo, en el pequeño almacen de París, la mujer juega un gran papel. Ella es una excelente vendedora que sabe retener al cliente. En algunos pequeños almacenes, el hombre se cree como un pequeño rentista que es propietario de la clientela. Entiende que ésta ha de permanecerle fiel sin que tenga que preocuparse de ella. Ignora que en un régimen de concurrencia, *el comerciante tiene siempre más necesidad del cliente que el cliente del comerciante*.

Rara vez el detallista se decide á tomar un nuevo producto ó una nueva marca. Obedece solo á la demanda del públíco y esta demanda solo se obtiene en la mayoría de los casos por la publicidad.

El librero Marpon me ha dicho que él había comenzado su fortuna renovando siempre su anuncio en el Odeon y se lamentaba de que la mayor parte de los libreros detallistas no imitasen su ejemplo.

Los pequeños comerciantes que creen hacer su comercio entre amistades piden al Estado que prive al comprador de la libertad de elegir establecimiento. Es preciso que por una bienhechora ley, el Estado disuada ó desvíe al cliente que se dirige á los gran-

des almacenes y lo lleve á los pequeños. No piden simplemente la confiscación; si ellos reclamaran la colocación en las puertas de cada gran almacén, de un contador por el que el Estado percibiría un 20 ó 30 por 100 del precio de las compras, probablemente se encontraría ridícula su reclamación. Ellos han pedido que se imponga un derecho especial, ideado con objeto de atajar el desenvolvimiento de los negocios en los grandes almacenes; y han obtenido la ley de 28 de Abril de 1893 que, creando las especialidades, viola la libertad del comercio establecida por la ley sobre patentes, de 1791.

Bajo el régimen instituído por la Revolución, se pagaba una patente por el género principal del comercio que se ejercía; pero no se limitaba. Podíase vender á la vez, telas y perfumería, sin que se pidiese cuenta de ello.

El tendero de pueblo pudo continuar vendiendo perfumería, papelería, quincalla y artículos comestibles; no pagaba más que una patente; pero el gran almacén que contaba con más de 200 empleados, á más de su patente principal, debía sufrir patentes supletorias para cada especialidad, según el número de sus empleados.

Esta violación del principio de la libertad del comercio no ha impedido que los grandes almacenes se desenvuelvan y prosperen; pero, en contra de las predicciones, el gran almacén no ha matado al pequeño. El número de patentes, lejos de disminuir, no cesa de aumentar.

Desde 1871 no se advierte más que una disminu-

ción en el número de patentes; en 1881, debida á la aplicación del artículo 21 de la ley de 15 de Julio de 1880, que exceptúa del impuesto á los asociados secundarios que ejercen algunas profesiones comprendidas en la partida C.

NÚMERO DE LAS CUOTAS DE PATENTES

1871	1.660.200
1876	1.817.600
1880	1.862.300
1881	1.861.900
1886	1.959.500
1890	2.005.800
1895	2.070.000
1900	2.137.600
1905	2.225.000
1906	2.253.500
1907	2.263.600
1908	2.286.100
1909	2.234.500
1910	2.308.600
1911	2.336.900

no obstante los comerciantes de todas categorías.

La agitación contra los grandes almacenes, tan viva en 1890, parece calmada.

Por lo visto, los pequeños comerciantes han comprendido que era imposible al Estado prohibir al consumidor la elección de comerciante.

Ahora, concentran todos sus esfuerzos contra los almacenes con sucursales múltiples. Y acaban de conseguir un aumento de los derechos de patentes para todos aquellos almacenes que cuenten más de cinco sucursales. Estas dejarán de ser sucursales y y figurarán como filiales.

Los pequeños comerciantes han visto en la aplicación de la ley sobre el descanso semanal el peligro de la ingerencia del Estado en los asuntos comerciales.

En 1906, setecientos comerciantes de carbón al por menor en París, se reunieron y acordaron constituir un comité fijando el precio de venta del carbón, con la cláusula de que los comerciantes al por mayor se negaran á vender carbón á los pequeños comerciantes que no se conformasen. Lo difícil era obtener la ratificación de este acuerdo por todos los comerciantes al por mayor. Querían también que estos últimos se comprometiesen á no vender jamás á un cliente menos de cinco sacos de carbón. Pretendían, en fin, fijar el número de los comerciantes al detalle en cada localidad (1). No lo lograron.

En Inglaterra los pequeños comerciantes han pedido el «precio protegido»; ¿por quién se fijaría este precio? ¿Por los poderes públicos?; en este caso fijarían también los beneficios, puesto que los garantizaban en detrimento de los suministradores de estos pequeños comerciantes ó de sus compradores.

Los más moderados piden que los suministradores al por mayor fijen un precio mínimo por bajo del cual quede prohibido vender sus productos al detalle. Pero no tienen interés en ello en cuanto la baja de precios aumenta el despacho. ¿En virtud de qué castigarían á un vendedor que consintiese en perder una parte de su provecho, en cada artículo, para aumentar el despacho de un producto?

(1) V. la *Rèforme èconomique*, 26 Octubre 1906.

Los pequeños comerciantes ingleses han hecho oir dos géneros de amenazas á los industriales:

1.° Estamos obligados á proteger nuestros precios, y somos nosotros vuestros mejores intermediarios para llegar al público.

2.° Si vosotros no aceptáis, os arruinaremos, por la falta de la acción que podemos ejercer sobre los consumidores.

The Times ha hecho observar que para las mercancías sin marcas de fábricas (coloniales, lanas, franelas, harina, azúcar, té al detalle), los manufactureros ó los comerciantes al por mayor se hacen una competencia tal, que ninguno puede aceptar semejantes condiciones.

Cuando se trata de una mercancía designada por su marca de fábrica, si el comerciante rehusa darla al cliente que la pide, corre el riesgo de perderle. ¿Dónde está el tendero inglés que declararía no tener *Colman's mustard?*

Todos estos intentos de atajar la competencia, responde al espíritu de monopolio. Ellos persiguen elevar el precio de una manera ficticia en perjuicio del comprador. En un país de libertad están condenados á un fracaso final.

El pequeño comerciante difícilmente puede obtener de los industriales los precios que consignen los grandes compradores. Pero pueden asociarse para las compras, permaneciendo independientes para las ventas.

La sociedad auxiliar de la alimentación, la *Sadla*, ha resuelto la cuestión. Compra al por mayor, en las

condiciones de las grandes tiendas. Sus miembros son tenderos establecidos por su cuenta en diversas villas de Francia, teniendo cada uno el interés personal de vender lo más posible y extender su clientela. Esta sociedad ha resuelto el problema con la concentración de las compras y la distribución de las ventas; pero ha cometido la torpeza de fundar después un gran almacén, con lo que ha perdido su carácter.

CAPÍTULO IV

LOS GRANDES ALMACENES

Fundados sobre tres principios: 1.º Precio fijo.—Sin rebaja; igualdad de precio. —2.º Venta al contado.—Sin rebaja; igualdad.—Pequeño capital necesario.—3.º Devolución de los objetos que no gustan.—Libertad de elegirlos en el domicilio.

El sistema de los grandes almacenes está fundado *en la venta al contado y la compra á plazos.* Así permite negocios enormes con un capital pequeño, puesto que el cliente ha pagado las mercancías antes del vencimiento del plazo á que compró el comerciante.

Sin embargo, yo he visto hace algunos años las cuentas de un gran almacén de novedades; había vendido por valor de 160 millones, é importaban los beneficios 7 millones; esta cifra representa el 4,3 por 100 del importe de los negocios.

Se podría decir que dicho almacén vendía al precio de coste, comprendidos los gastos generales, y que pagando al contado, obtenía como beneficio lo que le hubiese importado el descuento. Esta condición le daba una gran ventaja en la competencia, por serle posible la mayor baratura, toda vez que los con-

currentes, no teniendo sus capitales, estaban obligados á pagar el descuento.

La fórmula de los grandes almacenes modernos ha sido dada por el *Bon Marché*, y descansa en los tres principios siguientes: *1.°, precio fijo; 2.°, pago al contado*; *3.°, devolución de las mercancías que no gustan.*

El precio fijo suprime el regateo y moraliza el comercio. La diplomacia del dependiente de comercio no consiste en hacer pagar la mercancía más cara á las gentes sencillas que á las más avisadas. *De personal, el contrato se ha hecho objetivo;* esto es, *la separación de la persona y de la cosa*. La relación se establece entre tres abstracciones: la mercancía, la necesidad y el poder de adquisición. De ahí la introducción en el comercio al detalle de la indiferencia personal, introducida, desde hace ya mucho tiempo, en los grandes mercados de aprovisionamiento.

De ahí, la supresión de la idea de gracia y de favor en las relaciones entre vendedor y comprador, reemplazada por la igualdad de todos en el contrato de compra y venta. En el gran almacén que aplica severamente estos principios, los compradores son todos iguales; no hay privilegio para los unos, que les distingan de los otros.

2.° Pago al contado.

Con el pago al contado, no se concede á unos el favor del crédito que se niega á otros.

Es la aplicación del mismo principio de igualdad.

La importante casa Macy, de Nueva York, lo explicaba concienzudamente en un prospecto, diciendo:

—¡Rockfeller no podía obtener un centén de crédito de la casa Macy!

La contabilidad se ha desembarazado así de las cuentas de los clientes, y la administración de obligar á la realización de los pagos.

El pago al contado en la venta al detalle, permite, en fin, hacer negocios considerables con un capital relativamente modesto: *al fabricante se paga á los tres meses la mercancía vendida al contado*. Cuando llega el giro ó el vencimiento, la casa ha cobrado ya el precio de las mercancías á pagar, así como los beneficios que han reportado.

3.° Devolución de las mercancías que no gustan.

Esta condición permite la elección del artículo en la casa, y su comparación con otros.

Una mujer puede comparar en su casa, en familia, dos ó tres mantos, dos ó tres clases de servicios de mesa, y decidirse con conocimiento de causa.

Tal condición anima á comprar á la mujer, que no se atrevería á hacer ciertas compras por miedo á las observaciones de su marido.

Ella, de este modo hace la compra, y si su marido le dirige reproches por ello, responde:—Es inútil, devolveré este objeto, no hablemos más. Pero el marido lo contempla, admira la resignación de su mujer, se deja seducir, y se quedan con él.

Estas ventajas compensan de las indelicadezas de muchas mujeres, que hacen que les lleven objetos, sin tener intención de comprarlos. Los almacenes toman también precauciones para evitar esos abuso.

CAPÍTULO V

LOS COMERCIANTES AL POR MAYOR

El gran comerciante.—Una casa al por mayor en los Estados Unidos.—Cualidades requeridas á un comerciante al por mayor.—División del trabajo.—Superioridad de la capacidad sobre el capital.—Peligro de un capital demasiado grande.—Las compras de mercancías.—Epocas de pedidos.—Solidaridad del vendedor y del cliente.—Rapidez en el servido de los pedidos.—El crédito del cliente.—Las *firmas* inglesas.

M. Jacques Siegfried traza de la siguiente manera á un gran comerciante:

«¿Podría decirme alguno, en pocas palabras, lo que debe entenderse por un comerciante completo? Preguntaba M. Salvay en el Congreso de expansión mundial celebrado en Mons en 1905. Nosotros responderíamos que basta una frase, y que el comerciante digno de este nombre es el que, leyendo su periódico por la mañana, puede darse cuenta casi instantáneamente de la influencia que pueden ejercer en los negocios en general y en los suyos en particular, las noticias telegráficas de cualquier parte del mundo. Para ello, hace falta saber, en efecto, muchas cosas: necesita conocer la geografía, no contentándose con figurarse sobre el mapa el país de donde llega la noticia interesante, sino, si se trata de una mercancía producida por aquel país, estar al corriente de su im-

portancia en relación con las comarcas concurrentes, saber establecer rápidamente la comparación de movimiento, y, por consiguiente, hacer los cálculos de pesos, medidas, cambios, fletes y descuentos, en una palabra, conocer á fondo la contabilidad; necesita estar impuesto, no sólo sobre los productos, sino también sobre el consumo y sobre los mercados comerciales. Si se trata de una noticia financiera, debe darse cuenta de la repercusión que tendrá sobre el crédito y sobre todo lo que de él depende; de ahí, la necesidad de haber estudiado economía política y las ciencas financieras. Si se trata, en fin, de una noticia política, necesita preguntarse lo que resultará de ella para el mundo de los negocios. Todos estos razonamientos, todos estos cálculos y deducciones, ha de hacerlos rápidamente, porque en este siglo de concurrencia telegráfica internacional, desgraciado del que llegue después de los otros» (1).

En su estudio *At Wholesale*, «El comercio al por mayor», M. Bartlett hace unas cuantas observaciones que recomiendo á la atención de todos.

M. Bartlett es un americano dedicado al comercio de la quincalla. Habla como hombre de experiencia y he aquí las reglas que formula. Exige de la dirección, habilidad financiera; apreciación justa de las cualidades de las mercancías y de los hombres; conocimiento de la situación actual, no sólo de la localidad, sino en general; facultad de prever, no sólo las condiciones del momento, sino las necesidades del porvenir; y, en fin, no es la última de las condiciones, el espíritu de organización. Naturalmente, los hombres que poseen estas cualidades, son muy raros.

(1) Estudios sobre la Enseñanza comercial, *Revue des Deux Mondes*, 1906.

Todo comercio al por mayor está fundado sobre la división del trabajo. Cada asociado ó empleado responsable debe estar al frente de cada departamento ó de cada sección de departamento.

M. Bartlett sostiene el progreso de la supremacía de la capacidad sobre el capital. No importa que se tenga cincuenta ó veinticinco años para comenzar ó dirigir un negocio, pero se necesita una gran habilidad, más inteligencia y más educación práctica para administrar un negocio con éxito que se necesitaba en otro tiempo. Se lamenta del joven capitalista que se encarga de dirigir sus negocios comenzando por el puesto más alto, y le dirige esta predicción: «Si no tiene el acierto de asesorarse de hombres de experiencia en los negocios, se arruinará seguramente.»

Se dirige á los jóvenes y les dice: «Adquirir experiencia comenzando con los elementos diversos de los negocios practicados, y cuando estéis preparados para asumir más altas responsabilidades, esa preparación será el capital que busquéis con más afán.»

El comerciante debe desde luego ser un financiero. Un capital ilimitado es un elemento pernicioso para un negocio. La inclinación del comerciante á comprar mercancías, debe ser contenida por un cálculo cuidadoso de poder hacer frente á los vencimientos. En sus ventas, debe estar prevenido contra la importunidad de los clientes y la presión de la competencia que le comprometerá á hacer largos y extensos créditos.

En cuanto á sus compras debe atenerse á su juicio

respecto á las necesidades de sus clientes personales. Las mercancías bien compradas están medio vendidas. No hay nada más descorazonador para un comerciante, que comprar gran cantidad de mercancías que se ve obligado á vender al poco tiempo por la mitad de precio. Debe prever las demandas de sus clientes con seis meses de anticipación al menos, que es cuando debe hacer sus pedidos. Los instrumentos de labranza que han de servir para la cosecha, se deben pedir en el mes de Noviembre. Los mayores beneficios se obtienen con las novedades, pero ellas ofrecen el mayor riesgo.

El comerciante debe fijar las fechas de libramiento de manera que esté provisto en el momento de la demanda y á cubierto cuando haya de pagar los giros.

Un buen vendedor debe también atender los intereses del comprador, tanto como los suyos. No debe descontentarle sobrecargándole demasiado, y debe tener confianza en la mercancía que le vende. «Un hombre que no se hace de amigos, no se hará de clientes jamás.»

M. Bartlett insiste en la necesidad de la rapidez en la ejecución de las órdenes. Un comerciante al detalle de Cedar Rapids, antes de abandonar su despacho el lunes por la tarde, expide una orden para su suministrador en Chicago. Si el miércoles por la mañana, al llegar á su establecimiento no encuentra al dependiente dispuesto á desempaquetar el pedido hecho, acusará de negligente á su corresponsal de Chicago. Inmediatamente reiterará su orden por telé-

fono, y si las mercancías no llegan como un eco, pensará que algo extraordinario sucede, que jamás ocurrió en el mundo comercial.

He aquí cómo M. Bartlett describe el curso de una orden de un comerciante al detalle, que llega á una casa al por mayor. Ante todo, los dependientes hallan el importe total, que se envía á la contabilidad. El contable tiene ciertos signos cabalísticos, establecidos por el *credit man*, al servicio del crédito, que determinan el de cada cliente. Si la orden no le excede, se envía directamente á el *order departament*.

Si el cliente, por el contrario, ha rebasado en su orden el límite asignado á su crédito, ó si no ha pagado con regularidad su último compromiso, la orden se envía al *credit man* que sabe si las condiciones del cliente han cambiado, si sus negocios pueden desenvolverse según las previsiones de la cosecha, y de otras circustancias momentáneas y locales. En ello interviene un coeficiente de error personal por parte del *credit man,* según el estado de su hígado y de su estómago; también en los Estados Unidos una gran casa no admite á un empleado para un puesto de responsabilidad, si no presenta un certificado médico garantizando su estado de perfecta salud.

Concedido el crédito, la orden va al *order departament* que la detalla lo más claramente posible, y una vez asentada en un libro rojo, será atendida inmediatamente; en un libro azul, si se ha de despachar en segundo lugar, y en un libro verde, cuando no ha de hacerse hasta que se hayan servido las de los dos primeros.

Escogidas las mercancías, son expedidas en el almacén de embalaje, de donde se remiten á la oficina de expedición. El libro pasa á los liquidadores y á los dependientes que extienden las facturas. Estas se inscriben por el encargado de ello en el libro diario, y de él pasan á la oficina de correspondencia, donde se colocan en sobres, se timbran y remiten al correo.

Toda la organización está basada sobre la división del trabajo.

El sistema de las *firms* inglés parece excelente. A cierta edad, los jefes de la *firm* son reemplazados en el trabajo activo por los jóvenes; pero son consultados en todos los asuntos importantes que exigen decisiones personales. La tradición se liga así á la evolución. Los ancianos quedan como guías superiores, pero en vez de ir á las diez de la mañana á la Cité y permanecer allí hasta las cinco ó las seis de la tarde, pueden marchar á pasar unos meses á la Riviera ó al Egipto.

CAPÍTULO VI

LOS EMPLEADOS DE COMERCIO

El antiguo empleado de almacén.—Concepto del patrono.—Empleados mecánicos.—La discreción de un calígrafo.—Cortesía.—Alojamiento de los empleados.—*Living in system.*—El gran almacén.—Inverosimilitud.—Exactitud.—Opinión de un americano sobre el origen de los empleados.—Dificultad de encontrar buenos empleados.—Cuestión de remuneración.—Poner de acuerdo la moral profesional del empleado y su interés.—Lo importante es que dé el *máximum de efecto útil.*—La honradez.

Hace medio siglo el empleado se acostaba sobre un colchón tendido en el almacén convertido en dormitorio.

Había singulares prejuicios patronales: me han contado que el dueño de un gran establecimiento de novedades, en el centro de París, desaparecido hoy, adelantó un día el reloj y dijo con satisfacción:

—He ganado 300 francos antes de abrir el almacén.

—¿Cómo?

—Pues porque cada uno de mis empleados tiene una multa de dos francos por haber llegado tarde.

Algunos patronos querían tener empleados mecá-

nicos y muchos empleados se modelaban sobre ese tipo. M. Jacques Siegfried refiere que un día, en casa de su padre, éste preguntó á un empleado un dato sobre una letra que había copiado la víspera, y el calígrafo respondió:

—No me permito jamás leer las letras que copio.

—Yo no quiero tener jóvenes ambiciosos en mi casa, es una vieja locución.

Los jóvenes ambiciosos ofrecen grandes inconvenientes si no hacen lo que deben hacer; pero si lo hacen bien, se distinguen por su exactitud y su diligencia, y por su ambición sirven mucho mejor á la casa en que están empleados.

Ahora, en la mayoría de las casas de comercio, se pide á los empleados una colaboración inteligente y eficaz para el mayor provecho de todos.

Entre los empleados, el primer deber de los superiores es la cortesía con los subordinados. Frecuentemente hombres débiles é indecisos, disimulan su defecto bajo apariencias violentas y brutales.

Los grandes establecimientos de comercio no alojan ya á sus empleados varones. Algunos continúan hospedando á los empleados femeninos. La vida para una joven aislada, es difícil, y desde el punto de vista moral y material, la vida mancomunada en el almacén ofrece muchas ventajas.

Los grandes almacenes de novedades daban las dos comidas á sus empleados; ahora los empleados que no viven allí, sólo comen al mediodía.

En 1908 se ha emprendido una violenta campaña contra el *living in system*.

La dirige el P. Vaughan, quien parece poner en ella más pasión que discernimiento y espíritu crítico (1). En una reunión celebrada en Toynbee hall, el 30 de Septiembre de 1907, bajo la presidencia de lord Hugh Cecil, el *living in system* fué denunciado por M. Seddan, miembro del Parlamento, como una de las formas del *truck system*, del pago en especie; y pidió la prohibición en virtud de los *truck acts*. Declaró que millares de jóvenes no ganaban más de ocho libras esterlinas, 200 francos, por año. Miss Bonfield afirmó por experiencia personal que la alimentación era mala y abominablemente preparada. M. Jones, presidente de la Cámara de la industria de paños, respondió que en su casa ganaban las jóvenes por término medio 73 libras (más de 1.800 francos) anuales, estimando que el hospedaje y la alimentación importaban 25 libras, ó sea, 650 francos, y que el patrono estaba interesado en dar á su personal una buena nutrición.

Lord Hugh Cecil dictaminó con razón contra la acción del Estado, reclamada por aquellos mismos que hablaban en nombre de la libertad individual contra el *living in system*.

Según las referencias dadas, no parecía muy tiránico, puesto que la hora de recogerse era á las once y media de la noche, hora normal para todos los habitantes de Londres. Esta oposición al acuartelamiento es una prueba del movimiento que impulsa á todos á librarse del contrato de trabajo. Una vez terminada

(1) *Te Times*, 1.° Octubre 1907, pág. 5.

su tarea, entienden que el asalariado queda completamente desligado de ella.

Cada uno quiere dirigir su vida á su albedrío, corriendo los riesgos y peligros de la vida.

Los novelistas, como Emilio Zola en *Bonheur des Dames*, más recientes como M. Victor Margueritte en *Prostituèe* han pintado los grandes almacenes y talleres en que hay colocadas muchas mujeres como harenes de los directores. Es posible que alguna vez ocurra eso, pero en casos excepcionales; los directores que han cometido actos de tal género, han faltado á la más elemental moralidad profesional; ellos no deben distinguir á sus empleados de cualquier sexo más que por los servicios que rinden; si introducen un elemento tan perturbador como el que resulta de las relaciones sexuales, comprometen los intereses de su casa. Todos los que tienen que administrar establecimientos de comercio, saben que deben practicar la regla elemental de separar los negocios de los placeres.

La mayor virtud de un empleado es la exactitud, no sólo para las horas en que ha de realizar su tarea, sino en su trabajo intelectual. Debe estar bastante seguro de lo que hace para poder sostener con argumentos su manera de ver, en caso de discusión con sus superiores.

La ligereza es un gran defecto. Se pueden citar numerosos ejemplos de los perjuicios que de ella resultan. El diario *Le Commerce* ha tomado de un periódico americano, la noticia siguiente:

«El error cometido por un expedicionario con sueldo de

4.000 francos anuales, ha hecho que el Trust de los Tabacos haya alcanzado su primera gran victoria sobre los Lorillard que constituían un grupo refractario á la combinación de los trust.

Los Lorillard fabricaban un tabaco ordinario que se vendía mucho. Era de dos clases, aunque la marca en el mercado fuese la misma: el tabaco de primera calidad era más dulce y destinábase al consumo de los habitantes del Este que son algo débiles; el otro tabaco más fuerte, gustaba á las poblaciones del Sur y del Oeste.

Precisamente en el momento en que el Trust, bajo la dirección de M. Duke, iba á comenzar una vigorosa campaña para la propaganda de su tabaco en el Sud-Oeste, un empleado de los Lorillard cometió la gran equivocación de expedir á una importante casa al por mayor de aquella región, una gran cantidad de tabaco de la primer calidad, con la cubierta de la marca favorita. Nada indicaba en el paquete el error cometido y el tabaco fué remitido á los detallistas que lo vendieron á los clientes.

Estos no tardaron en descubrir que habían sido engañados; una chupada les bastó para quedar convencidos y volvieron á los establecimientos pidiendo «alguna cosa mejor».

Se les dió el tabaco del Trust, del que M. Duke estaba dispuesto á emprender una importante campaña de publicidad. Los consumidores quedaron satisfechos, y antes de que los Lorillard hubiesen podido descubrir lo ocurrido en el Sud-Oeste, el Trust de M. Duke había casi monopolizado la venta».

Se da á los jóvenes este consejo: «Aprended á obedecer para aprender á mandar»; pero entre la obediencia con discernimiento y la obediencia inconsciente hay un margen. Todo joven debe esforzarse en comprender la razón de cada uno de los actos que se le ordenan; pero el deber del que le ordena es demostrar que solo manda lo necesario y que no exige

más que el mínimum de esfuerzo en razón de un efecto útil.

En el ejército se ordenan cosas inútiles solo por ocupar á los hombres. Me han contado que los suboficiales hacían encerar la suela de los calzados. Se procura no dejar á los hombres ociosos, y tampoco se les puede consagrar constantemente á las maniobras.

Un sistema parecido produjo las peores perturbaciones intelectuales y morales entre los que mandan y los que obedecen.

Un americano, M. Herbert J. Hapgoods, dijo, rotundamente, que un empleado procedente de la campiña debía ser preferido á un originario de Nueva York. Es más lento, más torpe, pero tiene buenas actitudes, no retrocede ante el trabajo y tiene pocas pretensiones. El joven neoyorquino, teniendo casi siempre otros recursos aparte de su sueldo, teme menos perder su colocación que el recién llegado á la capital que no tiene otra preocupación que volver á su hogar (1).

Sin embargo, un joven de Nueva York será mejor vendedor.

Herbet J. Hapgoods, decía recientemente:

«Es difícil encontrar buenos obreros para fabricar nuestros productos y representantes para venderlos, pero es casi imposible encontrar empleados de oficina capaces y en que se pueda confiar» (2).

(1) *The Business professions*, pág. 61.

(2) *The Business professions, college men in business*, by J. Hapgoods.

¿Esta falta de buenos empleados no probará la insuficiencia de la remuneración?

Un empleado no trabaja ni por placer ni por devoción; trabaja por la ganancia. El patrono que quiere tener la libertad de elección y que quiere retener á sus buenos empleados, debe poner de acuerdo los intereses de éstos con su moral profesional. Salvo algunas raras excepciones, un empleado no llenará más que el mínimum de sus obligaciones, si no le animan á hacer más ventajas precisas y ciertas. Un empleado no gana nunca de más si con sus ganancias aumenta los beneficios de la casa; porque, por esto mismo, disminuye los gastos generales.

Lo importante, *no es limitar sus asignaciones, sino aumentar su efecto útil.*

En 1906, un periódico americano preguntó á 500 hombres dedicados á los negocios, qué cualidad era la que estimaban más en un empleado que debiera ocupar un puesto de responsabilidad. Salvo algunas excepciones, todos respondieron: la honradez.

Honradez, aptitud, habilidad, tales son las tres esenciales cualidades.

CAPÍTULO VII

LOS VIAJANTES DE COMERCIO Y LOS REPRESENTANTES EN EL EXTRANJERO

§ 1.—El ilustre Gaudissart.—El viajante de comercio alemán.—Cualidades técnicas.—Demanda de viajantes de comercio en el extranjero.
§ 2.—Los representantes nacionales.
§ 3.—No hay regla absoluta.—Cualidades del representante extranjero.—El precio de reventa.

§ 1.—El tipo del viajante de comercio francés es el ilustre *Gaudissart*, que Balzac ha hecho célebre.

Es dudoso hoy que aquél haga brillantes negocios. Hoy se pone como ejemplo al viajante alemán. Se ensalza su tenacidad y su flexibilidad. El viajante de comercio debe ser siempre activo, perseverante, elocuente y persuasivo.

Debe, sobre todo, conocer las cualidades técnicas de los objetos que propone. Los americanos han comprendido ésto de tal modo, que sus representantes son capaces de desmontar, montar y reparar el reloj, la máquina de coser ó la de escribir, que están encargados de vender. Los agentes que venden las cortadoras destinadas á tallar el carbón, enseñan su funcionamiento á los mineros.

Los agentes de la *National Cash Register* comienzan por adquirir un entrenamiento durante varios meses en sus talleres, y después llevan consigo un capítulo de instrucciones para consultar.

Las memorias de los cónsules franceses y belgas están llenas de recriminaciones contra la negligencia y la apatía de los industriales y comerciantes de sus países que no envían viajantes, que no tienen representantes en países diversos, frente á la manera de proceder de las casas alemanas.

M. Duckerts, el distinguido cónsul de Bélgica en Smirna, se lamenta de la rareza de viajantes de su país. Todos los días se encuentran en los libros de los hoteles, nuevos nombres de viajantes de comercio de Alemania, Austria é Italia. Apenas se ven en ellos viajantes franceses, y esto es uno de los motivos por los cuales no progresa la exportación de este gran país (1).

§ 2.—Las memorias de los cónsules franceses y belgas piden que la industria y el comercio de sus respectivos países, estén representados por los nacionales. Y citan los siguientes ejemplos tomados de Alemania.

Una asociación alemana envió á Nicaragua á un joven dedicado al comercio al por menor. Durante los primeros años, tuvo un sueldo fijo y una parte en los beneficios, hasta que pudo trabajar por su cuenta, y poco á poco, extender sus operaciones.

Los agentes alemanes en el Brasil tienen una asig-

---

(1) Recueil consulaire, 1904, págs. 127, 243.

nación fija de 1.500 francos mensuales, una comisión de un 5 por 100 y gastos de viajes pagados.

Los alemanes y los americanos, en vez de valerse de comisionistas ingleses, han establecido agentes fijos en Melbourne y en Sydney.

En la América del Sur y en el Asia Menor, es conveniente y se recomienda tener agentes personales para tratar directamente con los comerciantes locales.

M. G. de Leener, para mostrar la utilidad de los agentes locales cita el siguiente hecho (1).

Las segadoras americanas no habían podido penetrar en el Sur de Alemania hasta 1902. Un agente se instaló allí, hablaba bien la lengua y la *jerga* del país. conocía el mecanismo de las segadoras y logró conquistar clientes que hasta entonces habíanse mostrado refractarios.

§ 3.—Me parece difícil trazar una regla absoluta, todo depende de las especies y de los países.

El agente de la nacionalidad en que se quiere vender, tiene siempre una gran superioridad sobre el extranjero que llega.

Por lo general, domina mejor que al extranjero el idioma del cliente.

No inspira la desconfianza que siempre inspira el extranjero. Puede gozar de una consideración personal, que es una garantía para los artículos que presenta, y conoce mejor que el representante extranjero los gustos de sus compatriotas.

---

(1) Pág. 34.

Francia envía á Inglaterra más de la cuarta parte de su exportación, y, sin embargo, su comercio está muy poco representado allí; son los ingleses los que colocan los productos franceses.

Gente joven francesa ha querido colocar á la vez flores artificiales, automóviles, cognac y sederías, etcétera. En un país en que la especialidad en las profesiones se ha llevado tan lejos como á Inglaterra, aquella gente nada ha conseguido á pesar del apoyo oficial.

Los cónsules, los agentes comerciales que dan consejos, no se ocupan acaso lo bastante del precio de reventa. No están habituados á calcularlo como el comerciante que pretende, con razón, que todo gasto sea reproductivo.

¿Qué cuesta la «tournée» de un viajante de comercio? ¿Cuáles son los gastos de un representante? ¿Qué podrá vender de tal ó cual artículo? He aquí las preguntas que se hace cada industrial y cada comerciante.

CAPÍTULO VIII

LOS COMISIONISTAS DE MERCANCÍAS

§ 1.—Los comisionistas.—El artículo 94 del Código de Comercio.—Categorías de comisionistas.
§ 2.—Los comisionistas de tal artículo.—Los comisionistas de mercancías.—Los comerciantes exportadores.—Situación legal del comisionista.—Definición de la comisión.—Carácter jurídico de sus operaciones.—Su responsabilidad.—El comisionista «ducroire».
§ 3.—Utilidad del comisionista exportador.—Su especialidad.—La exportación directa —Inculpaciones á los comisionistas.—Contradicciones.

§ 1.—El Código de Comercio dice (art. 49):

El comisionista es aquel que trata en su nombre ó bajo un nombre social, por cuenta de un comitente.

Los deberes y los derechos del comisionista que trata á nombre de un comitente, están determinados por el Código Civil (libro III, título XIII).

Comisionista es todo aquel que se encarga de un contrato en comisión. Toda persona que puede realizar un acto de comercio, puede recibir y dar una co-

misión. Lo mismo sucede con la Sociedad anónima (1).

La comisión es un contrato por el cual el comisionista se compromete por el comitente á cumplir, en su nombre ó á nombre de éste, uno á varios actos de comercio.

Uno de los caracteres que distinguen la comisión de otras relaciones análogas, es que aquélla se concede siempre para actos especialmente determinados.

El comercio de exportación se llama también gran comercio.

Comprende: 1.° los exportadores; 2.°, los comerciantes exportadores; 3.°, los industriales exportadores (2).

1.° Los exportadores tienen establecimientos de venta en diversos países. Y están perfectamente informados de las ventas y compras que les conviene hacer.

2.° Los comerciantes exportadores. Estos son comisionistas.

3.° Los industriales comerciantes venden directamente á los países extranjeros.

4.° Comerciantes y fabricantes que no están organizados para vender al extranjero y expiden sus productos por mediación de exportadores y comer-

---

(1) Boistel, *Manuel de Droit commercial*, pág. 306 (3.ª edición); Lyon-Caen y Renault, *Traité de droit commercial*, tomo III, núm. 407; Thaller, *Traité de droit commercial*, número 919 y siguientes.

(2) Memoria de M. Person, Cámara de Comercio de París, 14 Noviembre 1883.

ciantes exportadores, ó directamente á los extranjeros que vienen á comprar á la plaza. En general, ellos desearían no tener que valerse de los intermediarios, y acarician la ilusión de que les sirvan de tales los cónsules.

§ 2.—Los comisionistas se distinguen en comisionistas de determinado artículo, y comisionistas de mercancías.

El comisionista de joyería se ocupa de la venta de alhajas de todo género, etc. El fabricante de sederías de Lyon que expide telas, toma el modesto título de comisionista. Y lo mismo ocurre con el fabricante de cintas de Saint-Etienne.

Esto se debe á que en realidad ellos nada fabrican, sino hacen fabricar á obreros técnicos que tienen sus operarios, y á los cuales suministran los dibujos y la seda.

El comisionista de mercancías se ocupa de la compra y venta en comisión de todos los artículos nacionales ó extranjeros sin excepción alguna.

En esta categoría están comprendidos en Francia, los comerciantes exportadores que hacen negocios de importación y exportación.

Generalmente, el comisionista trata á su nombre, y en este caso es el único acreedor y deudor ante los terceros. Si el comitente se declarase en quiebra, poco importa al acreedor que no le conoce; el responsable es el comisionista.

En su calidad de mandatario, debe ejecutar las órdenes de su comitente.

Puede recibir mercancías en depósito ó en consig-

nación y hacer adelantos al comitente ó autorizarle á girar contrar contra él; en este caso, vende al mejor precio.

El comisionista está impuesto en el secreto de las operaciones que hace para su comitente; debe ejecutar fielmente los convenios fijados por éste; pero si tiene tiempo, debe suministrar al comitente las observaciones útiles que pudieran, acaso, hacerle modificar su orden.

El comisionista debe poner en la ejecución de su mandato los cuidados de un buen padre de familia (art. 1.137 del Código Civil). El comisionista que compra, responde de los defectos de la cosa comprada, ya se manifiesten ó estén ocultos, toda vez que pueden ser descubiertos. Es mirado por un comitente con mayor rigurosidad que un vendedor, porque aquél debe tomar á su cargo sus intereses. El responde de los objetos que le han sido confiados ó remitidos con la ejecución de su comisión, menos en los casos fortuítos ó de fuerza mayor, que está obligado á probar. No debe dar ocasión á que resulten perjuicios para los negocios de que ha sido encargado.

Debe rendir cuenta de los resultados de la operación, sin reservarse parte alguna de los beneficios.

El comitente puede exigir la justificación de las cuentas.

En principio, el comisionista no es responsable de la ejecución de la operación que haya realizado, si puso en ella los cuidados precisos. La insolvencia del tercero afecta al comitente, á menos que fuese notoria en el momento de hacerse el contrato.

Pero sí es responsable el comisionista, si es comisionista «ducroire». La etimología de esta palabra es la italiana *del credere*; se llama así el convenio por el cual el comitente se hace garantir de la falta de ejecución del contrato hecho por su cuenta. En este caso, el comisionista toma á su cargo, mediante una suma determinada, los riesgos no sólo de la insolvencia de aquél con quien trata, sino de todas las contingencias ordinarias ó insólitas, provocadas aún por fuerza mayor.

El convenio de «ducroire» puede aplicarse á todos los convenios á término. Frecuente, tratándose de ventas; se encuentra también en las comisiones de compras; en estos casos, el comisionista «ducroire» garantiza la fecha de entrega.

La comisión varía de un 3 á un 5 por 100 del precio de compra, y de un medio á un 2 por 100 del de venta.

El comisionista puede, englobando los encargos que se le han hecho, comprar en grandes cantidades; y entonces, obteniendo una reducción de precio, puede proporcionar á sus clientes el beneficio que ha obtenido en esta gran compra.

Para el comercio en el extranjero, el comisionista está obligado á conocer las lenguas extranjeras, el estado del mercado internacional, las condiciones de los transportes, las aduanas, los usos locales, las diferencias de calidad de los productos, la solvencia de los clientes, á establecer el precio *fob* (franco á bordo) y el precio *cif (cost, insurance, freight)*, y á tener medios de perseguir la falta de ejecución de

los contratos. Todo esto supone un conjunto de conocimientos especiales que no puede adquirir un industrial, ni siquiera un comerciante de una especialidad.

El comerciante de una especialidad debe conocer todos los géneros de esta especialidad y todas las salidas de que es susceptible.

La especialidad del negociante exportador es conocer los recursos y necesidades de los diversos países, y buscar en ellos las necesidades latentes.

Naturalmente, está considerado como un intermediario inútil, y se habla de reemplazarle por el cambio directo.

Muchas casas americanas tienen un servicio especial: *export sales managers*. Comprende un *press clipping bureau* en que se examinan los periódicos y revistas que pueden suministrar referencias interesantes. Necesita también realizar viajes, pero este servicio sólo pueden tenerlo las grandes casas; y en este caso, hay que comparar el precio de reventa con los servicios que exige.

§ 3.—El comerciante exportador tiene la gran ventaja de ser el negociante de todos los industriales y de todos los comerciantes. Un corresponsal se dirige á él pidiéndole tal ó cual objeto. El se ingenia para encontrarlo, y si no lo encuentra procura su fabricación. Si el industrial produce un objeto que no conviene á tal ó cual país, él propaga la crítica y extiende las reclamaciones de sus clientes, provocando así la fabricación de la calidad requerida. Y da, en fin, al expedidor garantías que éste no tuviera si tratase directamente.

Yo he oído dirigir el siguiente reproche á los comerciantes exportadores, que teniendo relaciones con casas antiguas, son rehacios á lanzar novedades y marcas desconocidas. Esto es evidente y obedece á que es más fácil mantener situaciones adquiridas, que crear otras nuevas.

Se les reprocha también de que nunca informan bien al fabricante de las necesidades de la clientela. Cuando este reproche está justificado, son culpables de negligencia. Se imputa alguna vez esta negligencia á que ellos tienen más interés en vender los productos de un concurrente.

Los proteccionistas reprochan á la casa en comisión, el ser cosmopolita. Ella no puede aprovisionarse en un mismo país de todos los artículos necesarios; va á buscar el mejor artículo en el mejor mercado, dondequiera que esté. Y ésta es una de las condiciones de su razón de ser. También se acusa á los comisionistas de preferir los productos de su país á los extranjeros. En iguales condiciones, es muy natural.

La representación directa en el país debilita la comisión; pero no pueden tenerla más que las grandes casas.

Algunas sociedades anónimas fundan casas de importación y exportación directas en países extranjeros (1).

---

(1) *Dictionnaire du Commerce, de l'Industrie et de la Banque,* artículos *Commisionnaire,* por Désiré Pector, y *Commission et Ducroire,* por G. Boutaud.

CAPÍTULO IX

LA ENSEÑANZA COMERCIAL

§ 1.—La práctica y la enseñanza comercial.—Especialidades. Estado de la cuestión.—«El comercio no se aprende más que en una casa de comercio.»—¿Pero qué hace falta saber antes?—«Las ciencias comerciales.»—Las matemáticas.—La contabilidad —El concepto de la enseñanza por los profesores.

§ 2.—Las escuelas de perfeccionamiento en Alemania.—La enseñanza corriente en Bélgica.—En Suiza.—El *Comercial Club*.—Programa americano para una enseñanza comercial.—La enseñanza comercial debe ser un método.—Los principios de acción.—Enseñanza comercial en París.—La enseñanza económica en las escuelas comerciales.—Las Universidades y el comercio.

§ 3.—El arte de dirigir á los hombres.—Facultad de adaptación.—El tacto.—Unico objeto del comerciante.—Comprar y vender para obtener una ganancia.—Esta aptitud se debe adquirir á buena edad.—Los largos estudios destruyen las iniciativas.

§ 1.—Ante todo, es preciso hacer constar dos opiniones: una afirma que el comerciante no se forma más que por la práctica, y la otra reclama una enseñanza comercial.

M. P. Grègorius (1) define la práctica de la manera siguiente:

«¡La práctica! He aquí la única, la verdadera educación comercial.

Para la mayoría de las gentes, tener práctica equivale á esto: haber permanecido sujeto todos los días, durante un número determinado de horas, al pupitre de una oficina de comercio; escribir durante meses las mismas direcciones; sumar, trazar líneas, foliar el copiador de cartas..., etc.»

Los apologistas de la práctica consideran que cada comerciante debe permanecer confinado siempre á su especialidad. No tienen en cuenta que su especialidad puede desaparecer, que los modos de tratar pueden ser transformados el día de mañana. Aparte de que el comerciante debe estar pronto á adaptarse á todas las transformaciones precisas que motiven la concurrencia y los cambios de necesidades. El no será apto si no tiene conocimientos generales.

La especialización es indispensable, pero debe estar siempre dominada por conocimientos é ideas generales. Los individuos especializados serían extraños á todos los hechos del universo que no les concernieran. Colocad frente á frente á varios especializados en un idioma, y no se comprenderán mejor que si cada uno hablase las lenguas de los demás. Cada uno de ellos es incapaz de relacionar sus nociones á los fenómenos de orden diferente y con frecuencia unas con otras nociones.

(1) *De l'enseignement commercial dans les athénées royaux de Belgique*, por P. Grègorius, profesor en el Ateneo Real de Tournai.

En realidad, la cuestión no está entre «la práctica» y la teoría, porque todo el mundo está de acuerdo en un punto: la necesidad de que un joven conozca su oficio.

Toda la cuestión estriba, pues, en saber cómo lo aprenderá mejor con un menor esfuerzo, en menor tiempo y con menores gastos.

Tienen ciertamente razón aquellos que dicen: «la única manera de aprender el comercio, es entrar en una casa de comercio». No se aprende la medicina en los cursos: hay que agregar á éstos la clínica en la cabecera del enfermo. No se aprende el oficio de abogado en las escuelas de Derecho; se aprende en el bufete de un procurador, ó en el gabinete de un magistrado. Evidentemente, el comercio sólo se aprende practicándolo. Toda la cuestión está en saber si vale más comenzar la práctica con un ligero bagaje de conocimientos, ó bien provisto de los que podrán ser útiles. Esto nos lleva á preguntar si vale más saber aritmética ó no saberla, conocer la contabilidad ó saber sólo sumar, antes de entrar en la práctica comercial; y si se me responde que esto es decir por decir, y que la cuestión no mira á este género de conocimientos como no discute el saber leer y escribir, yo pregunto por qué ha de detenerse ante cononocimientos de otro orden.

Pero como ningún hombre puede tener la pretensión de ser una enciclopedia, la cuestión se reduce á que es preciso hacer una selección entre los conocimientos útiles á un comerciante y determinar los que debe preferir.

Para algunas personas, las ciencias comerciales son anexas á las matemáticas, y hay toda una biblioteca de obras llenas de fórmulas muy sabias, que pueden ser útiles para abreviar algunos cálculos y permitir otros; pero las matemáticas no son más que un instrumento del comercio, y la mayor parte de las operaciones de éste sólo requieren el uso de las cuatro primeras reglas, y la regla de tres.

Pero como los cursos y los exámenes de matemáticas son fáciles para los profesores y examinadores, éstos tienen siempre una tendencia á dar á toda enseñanza una extensión desproporcionada.

Otras personas encierran toda la enseñanza comercial en la contabilidad.

La contabilidad es el registro de los resultados de comercio; pero estos resultados son producidos por la compra y la venta.

La contabilidad no es más que un instrumento. «Creer que ella, dice M. P. Grègorius, constituye el comercio, es creer que el barómetro produce la lluvia y el buen tiempo.»

La enseñanza comercial tiene un defecto que es común á todas las enseñanzas: el de que es dada por profesores.

Quiérase ó no, el profesor prepara profesores: da una enseñanza que puede ser enseñada á su alrededor, y los jóvenes se impregnan de ella, atendiendo menos á las aplicaciones que de ella puedan hacer en la vida, que mirando á los exámenes que le permitirán pasar de una clase á la otra y obtener diplomas.

Muchos jóvenes no han seguido en Francia los estudios superiores de comercio más que para obtener la dispensa del servicio militar de tres años. Una enseñanza dada con este objeto, no es una verdadera enseñanza comercial.

§ 2.—M. Jacques Siegfried (1) considera que la enseñanza comercial se debe dividir en dos partes: una, destinada á la formación del futuro comercio; la otra, al perfeccionamiento del personal que forma parte de él. Estas últimas escuelas de perfeccionamiento alcanzaban en Alemania, en 1905, la cifra de 592.

Existen cuatro facultades de comercio que tienen por objeto perfeccionar la instrucción comercial de la misma manera que las universidades completan la instrucción general: esas facultades son las de Leipzig, Aquisgram, Colonia y Francfort.

Para ser admitido en los cursos de la Facultad de Colonia, no se necesita ningún examen; sólo hace falta estar provisto de un diploma que da derecho al servicio militar de un año, ó haber pasado dos años en una oficina comercial. Se necesita tener diez y siete años cuando menos, pero generalmente los alumnos suelen tener veinte ó veintidós años. Los cursos generales, obligatorios para todos, y que duran cuatro semestres, son de contabilidad, derecho, economía política, designada con la palabra *Wolkswirtschaftslehre*, economía del pueblo, á propósito de la cual se habla de todo, y, por último, inglés ó francés

(1) *Etudes sur l'enseignement commercial*

á elección del alumno, más otra lengua extranjera. Además, en estos cursos generales, los alumnos deben elegir una de las tres ramas siguientes: la sección de geografía y mercancías, ó la de seguros y sociedades, ó la de tecnología, comprendiendo la mecánica, la química y la física. Cada alumno está obligado á hablar por turno, durante tres cuartos de hora, sobre un tema que se le señala, y que sirve al mismo tiempo de discusión entre el profesor y toda la clase.

En Bélgica existe tan gran número de escuelas de comercio de todos los grados y de cursos comerciales, que se podría decir que esta enseñanza es en aquel país exuberante, compitiendo los poderes públicos, la iniciativa privada y las asociaciones religiosas é industriales. La variedad de los diplomas es infinita: un Real decreto de 28 de Septiembre de 1896, ha creado el título del grado superior en las ciencias comerciales y consulares; y otros decretos sucesivos han extendido y desarrollado esta enseñanza por la organización de un título en ciencias comerciales (decreto de 11 de Mayo de 1901); una Real orden de 13 de Noviembre de 1901 ha creado para el Instituto Superior de Comercio de Amberes, un diploma de ciencias coloniales; en fin, un grupo de comerciantes é industriales se ha señalado recientemente con la original creación de un jurado central de contabilidad y de correspondencia comercial instituído bajo el patronato del Estado. Como su nombre indica, este jurado no se ocupa de cursos de enseñanza, ni crea otra enseñanza nueva; no hace más que organizar exámenes encaminados á la compro-

bación de los diplomas de contable ó de corresponsal; los exámenes son asequibles exclusivamente á los jóvenes de ambos sexos, con la condición de que el candidato lleve un año, á lo menos, de empleo en el comercio ó en la industria.

La escuela que más ha contribuído al renombre universal de la enseñanza comercial belga, el es Instituto Superior de Comercio de Amberes, que fundado en 1852, ha servido de modelo á muchos países para la organización de sus escuelas superiores de comercio. Este Instituto, es tan conocido en todo el mundo, que de los 303 alumnos que tenía en 1905, sólo 110 eran belgas y 193 extranjeros.

La Suiza es de todos los países del mundo el que cuenta más escuelas comerciales en proporción al número de sus habitantes; aventaja á la misma Sajonia, á la que se cita con frecuencia como tierra clásica de la enseñanza comercial; se concibe este hecho por el considerable número de jóvenes suizos que se envían al extranjero, y que es preciso preparar, por consiguiente.

La enseñanza superior se da en la Facultad de ciencias políticas de la Universidad de Zurich, que ha creado en 1903 una sección de ciencias comerciales, en la cual se hacen estudios muy elevados que conquistan uno de los tres diplomas siguientes: de ciencias comerciales, profesorado de comercio para la enseñanza superior y doctor *juris publici et rerum cameralium*. La Academia de Comercio de Saint-Gall, en que los alumnos deben tener diez y ocho años por lo menos, es también una de las más importan-

tes. Una particularidad de esta Academia es la de que el estudiante extranjero paga mayores honorarios que el suizo. La segunda enseñanza se da en 22 escuelas, en las que el programa de estudios es sensiblemente el mismo que el de las escuelas del mismo grado en los diversos países; pero el espíritu práctico del pueblo suizo se revela una vez más en la importancia que se concede al «Bureau commercial», *Ubungskontor*, que hace el trabajo cuotidiano de una verdadera oficina de comercio con correspondencia y teneduría de libros, no sólo en la lengua patria, sino también en las extranjeras. Las escuelas elementales, ó con mayor propiedad, los cursos complementarios están muy en boga, y los comerciantes se interesan en hacer más provechosos los conocimientos de los peritos; el número de estas escuelas complementarias es en la actualidad de 90 próximamente, de las cuales 64 han sido fundadas por la importante *Société suisse pour l'Enseignement commercial*, que ha logrado organizar en todo el país exámenes que dan derecho al diploma muy apreciado de perito de comercio. La asistencia á estos cursos da lugar generalmente á una retribución que varía entre cinco y 30 céntimos de franco por lección; la experiencia ha demostrado que así se obtiene mayores atención y esfuerzos de los auditores.

M. Hapgoods dice que los *Comercial Clubs* tales como existen en la Universidad de Wisconsin, son muy útiles; son miembros de ellos antiguos alumnos que se han dedicado ya á los negocios. Hombres que tienen ya la práctica de éstos y van allí á dar conferencias.

Aconseja también á los jóvenes que vayan algunos meses antes á *the Warthon school*, á la *Pennsylvania University* y á la *Tuck School* en Dartmouth.

M. Harlow J. Person da como programa de una educación comercial, apropiada á toda clase de negocios: 1.°, la contabilidad; 2.° las lenguas modernas; 3.°, el derecho comercial; 4.°, historia del desenvolvimiento técnico de las industrias tipos.

Pero enumera lo que en este programa se puede comprender, y pronto se llega á la enciclopedia. Este es el escollo.

La enseñanza debe ser un método en que se aprenda por aprender: todo lo que es sistema de aprender de memoria, es malo; aparta la atención de los niños y de los jóvenes del arte de observar, de la gimnasia del pensamiento, de la coordinación de ideas, y es causa de que se hable como los loros.

Un hombre acostumbrado á pagarse de palabra, es incapaz para el comercio que exige una observación aguda y del que cada acto, en bien ó en mal, lleva consigo una sanción efectiva.

Pero el hombre busca siempre el menor esfuerzo. No lo encuentra siempre, pero no es porque no lo desee, sino porque le falta saber. De ello resulta que trata de reducir á unas sencillas fórmulas sus principios de acción. La cuestión está en que aquéllas sean exactas, y la enseñanza comercial debe encaminarse á despejarlas con claridad y precisión.

En París existen la Escuela de Estudios Superiores de Comercio, la Escuela Superior Práctica de Comercio y de Industria, la Escuela Comercial de la

Rive droite y la de la *Rive gauche*. Los programas me parecen bastante extensos; pero toda la cuestión está en saber de qué manera se da la enseñanza y qué es lo que exigen los examinadores.

En las escuelas comerciales, la enseñanza económica debe tener por fundamento los tres elementos del valor; dos objetivos: *el precio de reventa del objeto á vender*, y el *poder de adquisición* del comprador, y un elemento subjetivo, la *necesidad*, cuya regularidad puede ser tal que determine el alza y baja en los mercados.

Es preciso que el joven sepa bien que la ciencia económica, como toda ciencia, tiene por objeto la verdad y nada más que la verdad.

Ella tiene por base este axioma: *Nada es gratuíto; todo se paga.*

La ciencia económica ocupa un lugar muy pequeño en la enseñanza comercial. Parece que cada vez que se aumenta el programa, se resta lugar á aquélla. Lo importante es que los principios esenciales de la ciencia económica estén bien y claramente expuestos, basados sobre cualesquiera hechos bien comprendidos por el profesor y los alumnos. Es indispensable que el profesor explique las fórmulas á sus alumnos á continuación de cada lección, y que les pregunte sobre ellas en la lección siguiente, para saber si las han comprendido. La enseñanza económica debe ser un diálogo, no un monólogo.

M. Gordon Graham dice que en los Estados Unidos el 90 por 100 de los hombres que salen del colegio son aptos para alcanzar altas posiciones, en tan-

to que la proporción no es más que de un 25 por 100 para los hombres que sólo tienen la instrucción primaria. Al cabo de cuatro años, éstos ganan 800 dollars (4.000 francos); de los que poseen la instrucción superior, un 90 por 100 gana 1.200 dollars (6.000 francos), mientras sólo fracasan en un 10 por 100.

Recientemente se ha hecho un estudio por un periódico inglés sobre esta cuestión: *¿La Universidad prepara para los negocios?* Las contestaciones en uno y otro sentido han sido contradictorias y poco justificadas. Los ejemplos personales en los dos casos, nada prueban.

Si se verificase en Francia el mismo estudio, probablemente daría el mismo resultado.

§ 3.—El arte de dirigir á los hombres depende principalmente de la voluntad y de la iniciativa.

Esta facultad no se aprende; la educación y la práctica de la vida la desarrollan.

La facultad de adaptarse á las personas y á las circunstancias puede desarrollarse por la educación más que por la instrucción, pues vemos á personas cultas ignorar toda su vida las reglas de la decencia y de la honradez. El tacto es una cualidad de las civilizaciones muy avanzadas en evolución, y no se improvisa.

Cuando el francés no tiene trastornada la cabeza por la vanidad, se muestra tal como es, se resigna á ser sencillo, no intenta imponerse á los demás y tiene un tacto superior.

El comerciante persigue un solo objeto: *comprar y vender para obtener una ganancia.*

El negociante debe ver todas las cosas desde el pun-

to de vista de la ganancia que pueda sacar de ellas.

La sola práctica puede darle esta competencia.

Mas si un joven entra tarde en los negocios, difícilmente la adquirirá. La instrucción tiene un carácter desinteresado, que es al opuesto al de la vida del comercio.

Sir Alfredo Jones, armador de Liverpool, estima que á los diez y seis años todo futuro hombre de negócios debe haber comenzado su carrera. Los grandes estudios no desenvuelven en el hombre las cualidades de iniciativa y el sentimiento de responsabibilidad que le son indispensables en la vida comercial.

CAPÍTULO X

LAS NECESIDADES Y EL INDICIO DE LAS NECESIDADES LATENTES

El comercio es el arte de comprar.—Dos condiciones objetivas para todo objeto á vender, son responder á una necesidad y ser proporcionado al poder de adquisición de los clientes posibles.—El misoneismo.—La *National Cash register Company*.—Borceguíes para musulmanes.—Exportación de loza á la América del Sur.

El industrial puede vender sus productos á la clientela, en este caso, aquél hace el comercio directo, y las reglas porque han de regirse los comerciantes, les están aplicadas.

Yo llamo comercio *al arte de adquirir la mayor cantidad posible de monedas ó de otros productos á cambio de los que se dan.*

Todo objeto para la venta sólo tiene valor si responde á las necesidades de gente que tiene un *poder de adquisición*, bastante para comprarlo. Es inútil ofrecer diamantes á mujeres que no pueden pagarlos.

El comerciante no debe limitarse á buscar la satisfacción de las necesidades ya existentes; su preocu-

pación constante debe ser *provocar la urgencia de las necesidades latentes.*

La satisfacción de esta necesidades que no se había manifestado, puede rendir los mayores servicios. Doulton ha provocado necesidades de limpieza que no sentían nuestros abuelos en el mismo grado que nosotros; pero una gran mayoría de nuestros compatriotas tampoco las sienten aún. No basta, pues, que el industrial ó el comerciante hayan hecho una obra útil provocando la manifestación de una necesidad para obtener de ella una remuneración inmediata. Ellos pueden tener razón demasiado pronto y caer en el misoneismo. Yo he oído recientemente este diálogo en París:

—«¿A dónde va usted?—A tomar un baño.—¿Está usted enfermo?» Toda nueva necesidad es un lujo en opinión de los que aún no la han sentido ó que no tienen recursos bastantes para satisfacerla.

Muchos pequeños comerciantes, farmacéuticos, especieros, se percataban de que la tarea de llevar la Caja era bastante complicada, y exigía una cuidadosa vigilancia, y pensaron aunque muy confusamente en los medios de simplificarla y garantirla. Algunos entreveían quizá una máquina que pudiera hacer el registro, pero no llegaban á concretar su pensamiento juzgándolo irrealizable. Los americanos lo han realizado: Dayton construyó las cajas registradoras, las dió á conocer, y la *National Cash register Company* ha hecho uno de los más bonitos negocios del mundo.

Esta Sociedad remite unos cuestionarios á sus

agentes que deben indicar las necesidades y las costumbres de cada comercio en cada localidad.

Las manufacturas suizas de calzado se han abierto un mercado en Egipto, creando un nuevo tipo de borceguíes que el creyente puede fácilmente quitarse cuando entra en la mezquita.

Una casa exportadora de Hamburgo tiene en las principales ciudades de la América Central y Meridional, corresponsales encargados de informarle sobre todos los acontecimientos políticos y mundanos y de enviarle fotografías y retratos de personajes conocidos. Ella ha hecho medallones en loza de una cantante muy en boga en Río Janeiro, y ha vendido más de cien mil bandejas y jarros de agua decorados con paisajes de la República Argentina, compuestos según las fotografías, por dibujantes de París y de Munich.

CAPÍTULO XI

LAS EXIGENCIAS DEL CLIENTE

El comerciante debe aceptar los caprichos de la clientela.—Obstinación inglesa.—El cliente no siempre protesta pero se va.—Errores de los clientes.— Algunas veces tienen razón.—Inutilidad de intentar una educación de un modo directo.—El precio *fob* y el précio *cif*.

El cliente tiene exigencias; el comerciante no debe juzgarlas, debiendo conocerlas solo para obtener de ellas un provecho.

Los ingleses enviaban al Brasil agujas de primera calidad, pero envueltas en papel negro, que no agradaba á los consumidores; los alemanes las han enviado de peor calidad, pero envueltas en papel rosa y se han apoderado de la clientela.

Los habitantes de Victoria han dejado de comprar los cartuchos ingleses, porque los querían de 25 y éstos solo los enviaban de 100.

Los ingleses se obstinaron en mandar á la colonia de Victoria, martillos cuya forma no agradaba á los carpinteros.

Los americanos los enviaron como convenían á

éstos que naturalmente han cambiado de suministradores á pesar de las tarifas protectoras (1).

Inglaterra exportaba á Rusia pañuelos rojos de forma oblonga, queriéndolos cuadrados las mujeres, que compraban aquellos á regañadientes. El fabricante se decía:—Puesto que los compran, no vale la pena de cambiar mi maquinaria.

Pero este descontento llegó á Alemania, que fabricó pañuelos cuadrados, y á partir de este momento los ingleses se quedaron sin clientela.

Hay que tener en cuenta los errores de cálculo de algunos clientes.

Las refinerías francesas vendían azúcar de pilón á Marruecos; los alemanes lo ofrecieron en terrones la mitad más pequeños y los marroquíes se precipitaron sobre ellos. El cónsul francés avisó á las refinerías de su país, que desdeñaron la advertencia, no queriendo cambiar sus moldes y perdieron una parte de aquel mercado.

Algunas de estas preferencias que parecen caprichosas en Europa, responden á necesidades locales. Desatenderlas es descontentar al cliente á quien se trata de servir.

M. G. de Leener ha citado numerosos ejemplos de errores cometidos por los industriales belgas; negarse á aliviar el papel destinado á la República Argentina, de derechos de aduana más elevados que los que pesaban sobre los concurrentes; la sumisión en 1903, de una fábrica de acero belga, á un precio de 77 cen-

(1) G. de Leener, pág. 25.

tavos oro, inferior al de los otros, pero negándose á vender á plazos; expedición de vasos de vidrio á Smirna por otra compañía de navegación que la designada por el cliente, cuando el envío era á riesgo del comprador; éste se negó á hacerse cargo del envío, hasta que hubo una conciliación; pero en el almacén rodaron sobre la caja, barricas de aceite, y un 30 por 100 del contenido de aquella resultó roto; haber hecho una casa de tejidos fardos de 75 kilos en vez de 60 indicados para el transporte en bestias durante un viaje de varios días, siendo imposible modificar el embalaje en el punto de llegada y por consiguiente el cargarlos sobre las bestias; la expedición anticipada de productos á pagar á la vista, á un destinatario que no tiene los fondos disponibles y que no está prevenido para la colocación de la mercancía; sustitución de un color por otro en barras de hierro, siendo este color el destinado á hacer reconocer al propietario, etc.

El suministrador debe atenerse á las exigencias de su cliente y no discutirlas. Intentar educarle directamente es inútil. Esto solo puede hacerse de una manera indirecta.

Algunas veces estas exigencias están justificadas por necesidades locales que no conocen los vendedores.

El precio en la casa de venta importa poco al comprador lejano, al que solo interesa saber á qué precio le resultará el artículo en el lugar de destino. No es el precio en almacén, no es ya el precio *fob* (franco á bordo) el que quiere conocer, sino el precio *cif* com-

prendido *cost, insurance, freigh*, el precio de la mercancía, el seguro y el transporte.

A muchos expedidores se censura no consignar en sus catálogos más que el precio en el almacén y no tomarse la molestia, ni aún en sus cartas, de dar á conocer el precio *cif*.

CAPÍTULO XII

LA PUBLICIDAD

La facultad de la atención.—Las tres leyes psicológicas de la publicidad.—Detalles de aplicación.—La retórica del anuncio.—Las cinco reglas de la deontología de la publicidad.

M. Watter Cilh Scott, director del laboratorio de psicología de la Universidad Northwestern en los Estados Unidos, dice que la teoría de la publicidad es el estudio del trabajo intelectual de aquellos á los que se dirige (1).

¿Cómo atraer la atención con el máximum de intensidad y el mínimum de gastos? Este es el problema de quien tiene recursos para la publicidad.

Los trabajos de los laboratorios psicológicos demuestran que un observador ordinario puede seguir visualmente á cuatro objetos á la vez.

Según el análisis de la atención involuntaria, se puede establecer los seis principios siguientes:

El poder de un objeto para atraer nuestra atención depende:

---

(1) Véase la revista *Le Commerce*, y especialmente *System*.

1.° De la ausencia de atracciones contrarias.

2.° De la intensidad de la sensación producida.

3.° Del contrato que hace con el objeto con que se presenta, con el que le precede y con el que le sigue.

4.° De la facilidad con que podamos comprenderlo.

5.° De la intensidad del sentimiento suscitado.

6.° Del número de veces que lo vemos.

Los teóricos de la publicidad americana han establecido las tres leyes siguientes:

La idea que sucede en el espíritu es la que habitualmente se ha asociado con la idea presente al espíritu (en su parte más interesante).

Es preciso provocar la costumbre de pensar en un objeto sin apercibirlo, por acción refleja. Cuando se piensa en el chocolate, se añade inmediatamente, chocolate Menier. En Inglaterra la palabra *mustard* recuerda inevitablemente la designación *Colman's mustard*; la palabra jabón, *Pear's soap*.

Las máquinas de coser, la marca Singer.

Para estos productos, la publicidad ha producido todos sus efectos. La calidad de los productos ha asegurado la clientela; ya solo se necesita mantenerla, y se ve á estas casas continuar la publicidad, lo que prueba que es para ellas necesario no dejarse olvidar.

La segunda ley se aplica á los acontecimientos recientes: *Si recientemente se han asociado dos cosas en el espíritu, cuando se piensa en una de ellas, ésta sugiere el recuerdo de la otra.* Ejemplo: el viaje de M. Fallières á Londres, provoca inmediatamente la idea de la *Entente cordiale*.

Si se presentan al pensamiento mil objetos diversos, del espíritu se apoderaría aquél cuya asociación sea más clara.

El anuncio debe ser claro y no poner en evidencia más de cuatro objetos, ya sean cuatro palabras fáciles de comprender ó cuatro imágenes.

Debe ser aislado; para producir todo su efecto, deberá ocupar, por ejemplo, toda la página de un periódico.

El poder atractivo de la atención aumenta casi regularmente con el tamaño de los caracteres.

Sin embargo, hay una cuestión de proporción y de medida.

Según el profesor Harlowgalde, de todos los colores, el rojo es el que tiene mayor poder de atracción, después el verde y á continuación el negro sobre fondo blanco.

La repetición es indispensable; pero en rigor no se sabe aún si las repeticiones contínuas é inmediatas causan más efecto que las intermitentes.

La imitación hace un efecto decisivo; todo hombre tiene que hacer un esfuerzo para decidirse por sí mismo, y en cambio imita y sigue á otra persona sin esfuerzo. Los saltimbanquis conocen la dificultad de que se decida la primera persona á entrar en las barracas.

La ley de Davenant y King muestra el miedo del hombre á perder la ocasión. Ese miedo le lleva á comprar muchas cosas inútiles ó cosas útiles en cantidad exorbitante. Sugerirle la idea de que no podrá comprar cualquier día un objeto, es un método exce-

lente, que ha empleado con gran éxito el *Times* para *the Encyclopedia Britannica* y para *Historians History*.

La retórica del anuncio no difiere de la retórica útil.

Es preciso atraer la atención, retenerla y no fatigarla.

El exordio para insinuar, es siempre pesado.

Vale más sorprender. El toque de clarín que sobresalta al hombre que no piensa en nada, es excelente.

Es preciso ser conciso, explícito y claro. El uso del telégrafo ha provocado grandes progresos en el estilo.

Hace falta ser preciso de manera que la ventaja que se brinda en la oferta sobrecoja á todos.

Todo cartel ó todo prospecto que llama la atención es objeto de comentarios por parte del comprador, en familia ó en grupos. Cada uno de los lectores ó auditores formulan preguntas á las que el prospecto ó el anuncio debe responder.

Un nombre original que nada significa para el público puede ser excelente; *le Byrrh, le Kodack*, etc.

La *publicité ouverte* por carteles, ó grandes anuncios es más eficaz que la otra; pero los carteles grandes sobre los muros ó á lo largo de las líneas ferroviarias, solo convienen á un número muy limitado de productos.

La deontología de la publicidad se encierra en varias reglas:

1.° La calidad del producto, decía M. Menier, debe corresponder á los gastos de publicidad.

2.° «No intentad recuperar los gastos de vuestra publicidad, descuidando la calidad de los productos ó reduciendo la ventaja del consumidor, del detallista

ó de la casa al por mayor». (George Besett, director de la Compañía Wells Richardson).

3.° Los gastos de publicidad se acumulan á los gastos generales de la casa, que debe tenerlos en cuenta para establecer sus precios de venta.

4.° Los gastos de publicidad se pueden calcular de dos maneras:

a) Si tienen por objeto mantener la venta normal, deben ser repartidos sobre el conjunto de los productos en el momento en que se establecen.

b) Si tienen por objeto aumentar la venta de los productos, deben ser reducidos en cada unidad, en proporción al aumento previsto.

Un artículo del que se hace propaganda, dice M. George M. Besett, se debe vender al mismo precio que si aquella no se hiciese: No basta; ese artículo se debe vender más barato, porque si no se vendían más que diez unidades, era preciso vender más caro que si, por la publicidad, se llega á vender cien ó mil unidades.

CAPITULO XIII

EL CUESTIONARIO DEL COMERCIO

Trátese del comercio interior ó del exterior, las cuestiones que todo comerciante debe plantearse son de la misma naturaleza. Sólo hay algunas más para el comercio exterior. Los diversos antecedentes que debe estudiar todo comerciante, se pueden enumerar de la manera siguiente:

1.° La población ¿Cuál es el tipo de ella?

2.° ¿Cuáles son sus necesidades?

3.° ¿Cómo están satisfechas? ¿Por la industria local ó por la extranjera?

4.° ¿Cuáles son las necesidades latentes que se pueden despertar?

5.° ¿Cuál es el poder de compra de la población?

6.° ¿Cuáles son los gastos: *a*), de transporte; *b*), de seguro, y *c*), de aduanas?

7.° ¿Cuál es la moneda? ¿Cuál es el cambio? ¿Cuáles son las costumbres y seguridades del pago? ¿Cómo se pueden obtener informes sobre las personas con las cuales se ha de tratar?

8.° ¿Cuáles son las condiciones jurídicas en caso de litigio? ¿Cuál es el tribunal competente?

9.° ¿Cuáles son las garantías morales y materiales de seguridad?

10.° ¿Cómo organizar la representación comercial? ¿Por establecimientos locales ó por representantes directos?

11.° ¿Cuál es la situación de los representantes directos? ¿Están sometidos á formalidades y á algún arancel? ¿Pueden llevar muestras? ¿Cuáles son los gastos de viaje y de hospedaje? ¿Cuál es la mejor estación del año?

12.° ¿Qué lengua se habla?

El comerciante debe cuidar, sobre todo, del embalaje y del transporte, recordando siempre que *el estado de la mercancía en el momento de enviarla, nada significa. La cuestión está en saber cómo llegará á su destino.*

CAPITULO XIV

EL PODER DE COMPRA Y LA SOLVENCIA DEL CLIENTE

El poder de compra del cliente es á la vez objetivo y subjetivo.

Desde el punto de vista objetivo, el cliente tiene ciertos recursos para comprar, de los que no puede extralimitarse, so pena de contraer deudas y correr el riesgo de hacerse un deudor insolvente.

Considerada la cuestión en su aspecto subjetivo, los recursos del cliente constituyen una determinada cifra que él distribuye entre sus necesidades; y sus necesidades tienen un lado subjetivo. Unas son esenciales: la habitación, el vestido, el alimento. Pero cada uno puede comprender de manera distinta la parte que debe dedicar á una ó á otra. Uno puede preferir el domicilio confortable á una buena alimentación. La experiencia demuestra que muchas mujeres lo sacrificarían todo al vestido que comprende la apariencia. Sabemos, en fin, que en ciertos momentos la moda, el snobismo da la preponderancia á una sobre otra necesidad. En 1907 se han oído las lamentaciones de los representantes de las industrias de lujo, por la competencia que les hacía el automóvil.

El cliente compra; pero, ¿es solvente?

He aquí la primer condición para el comerciante que ejerce su profesión, no para hacer regalos, sino para obtener beneficios.

La *solvencia* depende de tres factores:

1.° Los recursos del cliente para pagar.

2.° La voluntad de pagar.

3.° El medio del comerciante para hacerse pagar, si el deudor es recalcitrante.

CAPITULO XV

LA MORAL PROFESIONAL DEL COMERCIANTE

§ 1.—Platón.—Definición del comercio.—Contra el comercio.—El hostelero de Atenas.—Fijación del provecho por la autoridad.—«Preciso es que haya robado bien.»

§ 2—«Bastante bueno para el cliente.»—Silencio, pero ausencia del cliente descontento.—El cliente extranjero.—Ejemplos belgas.—Exigencias absurdas de los consumidores.—El precio de adjudicación de la carne para el ejército.

§ 3.—El cliente para el monopolio y no el producto para el cliente.—Memorandum deontológico.—La moral de la competencia.—Responsabilidad inmediata é implacable.

§ 1.—Platón da una justa definición del comercio diciendo que «tiene por objeto proveer á las necesidades de los particulares suministrándoles las cosas precisas para la vida, comunes á todos» (1).

Pero «las condiciones del comercio no se reputan de honradas ni honorables». Platón se da la explicación: «El hostelero, en vez de tratar bien á los viajeros, los trata como á enemigos y cautivos; de los que exige un rescate exorbitante, injusto é impuro.

---

(1) Platón. *Las Leyes*, lib. XI, pág. 377, tomo I.

«Si los hombres de bien y las mujeres virtuosas de cada país se vieran obligadas á ejercer las profesiones de hostelero, de mercader, del comercio, durante un cierto tiempo, conoceríamos entonces cuán caras y preciosas son estas profesiones para la humanidad.»

Pero en vez de someterse á los magnates de la ciudad á esta experiencia, se prohibió á los jefes de las 5.040 familias que la formaban, la profesión de comerciante. Sin embargo, la prohibición no era absoluta.

«No es fácil al legislador fijar exactamente lo que deshonra ó no deshonra á una persona libre. Pero el que ejerciera un tráfico indigno de su condición será citado ante un tribunal de los más virtuosos de entre los ciudadanos y acusado de deshonrar á su familia. Y si se le prueba que ha profanado la casa paterna por alguna profesión sórdida, será condenado á un año de prisión, y á cada reincidencia se doblará la pena.

Una ley ordenará que los que traficaren en la villa sean extranjeros, establecidos ó no; y una ley tenderá á hacer á esta clase de habitantes lo más virtuosa ó lo menos malvada que fuera posible.»

Los guardianes de las leyes «se confunden con las personas entendidas» de tal modo que Platón veíase embarazado para designarlas de modo distinto, porque si eran entendidas, hacían ó habían ejercido el comercio. Examinaban en conjunto el ingreso y el gasto, de que resultaba para el comerciante un provecho razonable, y estipulaban lo que cada uno debía exigir en razón al dinero desembolsado.

De vez en cuando se ven reaparecer aún las ideas

de Platón. Si se habla de comerciantes que han hecho fortuna, se oye decir á muchas personas, en tono de broma, pero expresión de una convicción profunda: —Preciso es que haya engañado, defraudado ó robado mucho.

Si se intentara probarles que en el comercio libre la honradez es el mejor medio de prosperar, os tachan de incautos ó de cómplices.

§ 2.—Cierto que á muchos industriales y comerciantes parece todo bueno para el cliente. Se imaginan que el que no reclama no se apercibe de que ha sido engañado en la calidad ó en el precio.

En efecto; muchos clientes callan porque juzgan inútiles las reclamaciones; únicamente usan de la libertad de cambiar de comerciante y no vuelven á donde fueron engañados.

El comerciante poco escrupuloso, que no supo retener á sus clientes, hace grandes esfuerzos de publicidad para atraerlos de nuevo ó atraer á otros; mucho más fácil le hubiese sido conservarlos, y dueño fué de una publicidad personal y gratuíta.

M. G. de Leener (1) cita diversos casos en que los belgas han sufrido el castigo por su menosprecio de los clientes extranjeros:

«Un negociante de Casablanca había logrado colocar allí gran cantidad de cerillas de procedencia belga. El fabricante despreció al comprador y empeoró la calidad. Un cargamento bastó para cerrarle el mercado.

Los belgas han enviado á Bulgaria hierro de mala calidad,

(1) Pág. 40.

y, á consecuencia de ello, los reglamentos de adjudicaciones públicas prohiben el empleo de materiales procedentes de Bélgica.

Envíos de cemento de mala calidad á los Estados Unidos, han cerrado este mercado á la producción belga.»

Muchas veces el consumidor quiere alcanzar el milagro de que el comerciante le venda á un precio inferior al precio de reventa. Jamás tiene en cuenta los gastos generales del comerciante, y cuando compara el precio de un producto al salir de la manufactura con el precio á que se vende, se cree robado.

La administración del ejército entiende que debe pagar la carne á un precio inferior al del mercado, y se extraña de que los soldados pongan repulsas. Los carniceros militares han tenido la culpa de aceptar estos precios; pero la administración militar ha debido prever que aquéllos le darían la mercancía peor.

El consumidor debe saber que el comerciante jamás le hace un regalo; porque *vende para ganar.*

Si el consumidor exige precios imposibles, será engañado en la calidad y á veces en la cantidad al mismo tiempo.

§ 3.—En el sistema del monopolio se acomoda el cliente al monopolio y no el producto para el cliente.

El monopolio de las cerillas y el servicio de teléfonos lo demuestran todos los días; vender poco y caro; tal es la regla del sistema del monopolio.

En el régimen de libertad económica todo industrial y comerciante debe recordar los hechos y las reglas siguientes:

1.° El comerciante tiene más necesidad de vender que el cliente de comprar.

Si el comerciante pone precios exorbitantes, el cliente se pasa sin objetos que hubiera comprado á un precio menor. No hay duda de que es una privación para él. Pero por muy penosa que le sea, la sufre si ve que el precio rebasa su poder de compra.

El tiene recursos para *la abstención, bien sea relativa ó absoluta, ó para la substitución.*

Si el trigo es caro, consume granos inferiores.

Si la carne es cara, disminuye el consumo de la de vaca y cordero, y aumenta el de la de cerdo.

Si el precio del paño aumenta, aumenta el consumo de los estambres y las mezclas.

2.° El comerciante debe reducir casi indefinidamente su beneficio relativo, para aumentar su beneficio total.

3.° El arte de vender, es el arte de los sacrificios.

4.° La fortuna de un comerciante es la riqueza de su clientela.

5.° Toda competencia provoca un esfuerzo y un progreso.

6.° El contrato es la ley para las partes: todo compromiso contraido debe ser ejecutado, no sólo á la letra sino en su espíritu.

7.° El objeto librado no debe jamás ser de inferior calidad que la prometida; á ser posible, de superior calidad.

El comerciante es un altruísta profesional: todas las mañanas debe preguntarse cómo podrá ser útil á sus clientes, y, además, buscar para despertarlas y satisfacerlas cuales son sus necesidades latentes.

Ya he demostrado oportunamente *que el gran resorte moral es la competencia* (1).

El comerciante y el industrial tocan siempre las consecuencias porque *la responsabilidad es inmediata é implacable; todo error es una pérdida; toda previsión exacta, una ganancia.*

---

(1) Yves Guyot, *La Moral de la concurrence.*

LIBRO VI

El comercio internacional.

CAPÍTULO PRIMERO

CARACTERES DEL COMERCIO INTERNACIONAL

Una definición de la nación.—Los caracteres del comercio internacional según Cairnes.—M. Bastable y Stuart Mill: la distancia.—Otras distinciones.—Las aduanas caracterizan el comercio internacional.—El ejemplo hipotético de Ricardo.—El comercio internacional es más complejo que el local.—Iguales problemas.—*Desde el punto de vista económico, el comercio internacional es idéntico al comercio nacional.*

Bagehot define una nación en el sentido económico, diciendo que es «un grupo de productores, entre los cuales, trabajo y capital circulan libremente».

Según esta definición, si todas las naciones fueran librecambistas, no existiría el comercio internacinal.

Según M. Cairnes, las condiciones que determinan el carácter excepcional del comercio internacional, son:

1.° La distancia geográfica.

2.° La diferencia de las instituciones políticas.

3.° La diferencia en lenguaje, religión y costumbres.

¿La distancia geográfica? John Stuart Mill la tomaba como carácter distintivo. Pero menos distancia hay de París á Bruselas, ó de Londres á París, que desde este punto á Marsella.

¿La diferencia de lenguaje? Entre los Estados Unidos é Inglaterra no existe; y como la distancia es acortada cada día por la velocidad de los navíos, según esta teoría el comercio se desinternacionalizaría cada vez más. Los cantones suizos hablan cuatro lenguas distintas: M. Cherbuliez deducía de esto que el comercio entre ellos era internacional.

¿Es porque existe un régimen político distinto?

¡Pero si el comercio no sufre la influencia del régimen político más que por la mayor ó menor seguridad que le garantiza!

M. Bastable, que ha recogido esta teoría, no admite como distinción la distancia; pero, ¿admite las fronteras naturales como el mar? Se le creería cuando declare que el comercio entre Inglaterra é Irlanda es internacional, aunque sin embargo, no reuniese todos los caracteres; pero el comercio entre el Ulster protestante y las provincias católicas de Irlanda, es nacional. ¿Entre las islas de Dinamarca y la Jutlandia, es internacional el comercio? M. Bastable no lo sostiene.

Él da como criterio del comercio internacional la «completa inamovilidad de todos los agentes de la

producción en lo que concierne al paso á otros grupos», de suerte que el comercio debe recibir el nombre de internacional cuando se hace entre *non competing groups*, entre grupos no concurrentes.

Antes de 1868 se hubiera podido decir que el Japón representaba las condiciones del criterio de M. Bastable; pero desde entonces, no reune esas condiciones.

La misma China está abierta. Entre cada pueblo hay fenómenos de endósmosis y exósmosis. ¿Es que el capital no pasa de uno á otro mercado? ¿Es que no hay concurrencia en los mercados de los diversos países entre sus respectivos productos? La concepción «de los grupos no concurrentes» está fuera de toda realidad.

Yo llamo así, dice M. Bastable, á los grupos entre los cuales «el trabajo y el capital no circulan libremente». El capital circula fácilmente de uno á otro grupo, á pesar de algunas restricciones adoptadas en ciertas bolsas para los valores extranjeros. Bastable añade: «donde la tendencia á la igualdad de los salarios y de los beneficios no existe». Pero esta tendencia, lejos de suprimir la competencia entre estos grupos, es uno de sus elementos.

En realidad, *actualmente las naciones, desde el punto de vista comercial, no están separadas unas de otras más que por las aduanas.*

Antes de 1789, cuando las aduanas se interponían entre la Lorena y el resto de Francia, el comercio era internacional; y ¿tenía otro carácter económico que su comercio internacional?

El Reino Unido no tiene derechos de aduanas, porque los derechos fiscales que impone no son más que tarifas de acceso. No debería tener comercio internacional. ¿Que las otras naciones tienen derechos de aduanas? Bien, pero hay diferencia entre los de Holanda y los de Rusia. ¿Y sería más internacional el comercio entre Rusia y la Gran Bretaña que entre la Gran Bretaña y Holanda?

Comprendo que los comerciantes del Reino Unido y de Rusia hagan más difícilmente el comercio que pueden hacerlo los de Holanda é Inglaterra; los derechos de aduana influyen en la práctica del comercio; pero no pueden tener influencia alguna sobre la teoría de los cambios.

Para probar el carácter especial del comercio internacional, M. Bastable cita el siguiente ejemplo hipotético dado por Ricardo:

«Dos hombres saben fabricar sombreros y calzado, y uno de ellos aventaja al otro en ambos oficios; pero haciendo sombreros la ventaja que obtiene sobre su concurrente es sólo de un 20 por 100, en tanto que fabricando calzado, alcanza un 33 por 100. ¿No convendrá los intereses de ambos, que éste se dedique sólo á fabricar calzado, y el menos hábil á hacer sombreros?»

Es evidente que ambos ganarían con esta conciliación: aplicado el ejemplo al comercio internacional, es un argumento en favor del librecambio. Ricardo lo ha empleado para demostrar que á un país podría convenir importar una mercancía que sin embargo

pudiera producir con menos gastos que el país exportador.

El comercio nacional es más complejo que el local, y el internacional más que el nacional; no obstante, todos ellos han de resolver estas mismas cuestiones:

El coste de la producción de los objetos ó mejor, el precio mínimo de venta que pide el productor.

Los precios exigidos por los diferentes productores.

Los precios en los diferentes mercados.

Los gastos de transportes.

Los gastos de mercado, de comisiones y de seguros.

Las diversas influencias que regulan la jornada; influencias subjetivas, como el temor de no comprar á tiempo; la inducción á las compras; la moda en favor ó en contra; y, en fin, la influencia objetiva, el poder de compra de los consumidores probables que, bien por unas ú otras influencias, pueden ser atraídas hacia uno ú otro objeto.

CAPÍTULO II

LA TEORÍA DEL COMERCIO INTERNACIONAL

Ricardo.—Stuart Mill.—Bastable.—La ecuación de los valores internacionales de Stuart Mill.—Fracaso, según Jevons.—Demostración de M. Bastable.—«Las mercancías tienden á cambiarse según su precio de reventa.»—Los diferentes precios de las mercancías.—No hay más que una clase de comercio.—Las fronteras no cambian el carácter del comercio; solo lo cambian las aduanas.

La teoría de Ricardo sobre el cambio internacional, completada por Stuart Mill (1844) y por Bastable (1887 y 1897), descansa sobre la teoría cuantitativa de la moneda (1).

Cuando un país compra, exporta moneda: esta rarefacción de la moneda en dicho país hace bajar los precios. Producida la baja, sobreviene una demanda de las mercancías por los otros países, que á cambio, removían moneda. De ahí la distribución de los metales preciosos; algunos economistas encuentran en la teoría de Ricardo, la verdadera justificación del libre cambio, olvidando que solo podría justificarlo á con-

(1) Véase Lib. IV, cap. I.

dición de que los hechos estuviesen conformes con ella.

John Stuart Mill (1) ha intentado establecer una teoría de los valores internacionales distinta de la de los nacionales, dando como fundamento principal de aquellos valores «la ecuación de las demandas recíprocas.»

¿De qué manera influirían en los valores de las mercancías, objeto del comercio exterior, las condiciones en que este comercio se efecúe?

Hipótesis: dos naciones ó dos grupos, A y B no cambian ni producen más que dos mercancías, *x* é *y:*

A produce 10 *x* ó 20 *y*.

B produce 10 *x* ó 15 *y*.

Según el coste relativo, *A* tendría una ventaja en no producir más que la mercancía *y;* y *B* en no producir más que la mercancía *x*.

¿En qué condiciones se hará el cambio de *x* é *y?*

Cuando cada país producía para sí, la produción total era de 20 *x* y 35 *y*. Stuart Mill supone que cuando un país se dedica al producto que le reporta mayor ventaja relativa, la producción total se convierte en 20 *x* y 40 *y*, ó sea una ganancia de 5 *y*. ¿Qué condiciones determinan la división de este aumento de 5 *y* entre *A* y *B?* Si *A* y *B* eran individuos, la relación de cambio estaría determinada por una parte comprendida entre 10 *x* contra 15 *y* y 10 *x* contra 20 *y;* esta es la conclusión á la cual llega Stuart Mill, y que Jevons llamaba «the failure of the equation of exchange», el fracaso de la ecuación del cambio.

(1) *Principles* III, 18, § 2; trad. francesa, t. II, pág. 122.

Sin embargo, M. Bastable no admite este fracaso: «porque, dice él, si *A* es un conjunto de personas, su demanda caerá bajo la ley de los términos medios y con el auxilio de las estadísticas, puede ser determinada con un error despreciable». Desde el momento en que M. Bastable invoca los hechos, abandona la hipótesis. Y sin embargo, continúa razonando sobre *A* y *B*, *x* é *y*.

Bastable concluye con Mill en que la relación de cambio depende de la intensidad comparativa de la demanda por cada parte. Todo el beneficio del cambio puede redundar en uno de los países: *A* no demanda más que una cantidad limitada de *x* que no aumentará cuando su valor disminuyere, en tanto que *B* demanda gran cantidad de *y;* es verosímil que las condiciones del cambio fueren 10 *x* contra 15 *y*, puesto que *B*, á fin de satisfacer su demanda de *y*, ofrecería condiciones más y más favorables, llegando hasta el mismo límite fijado por su capacidad para producir por sí, la mercancía *y*. Aparte de esto, M. Bastable declara que «esta hipótesis es inverosímil» (p. 47).

Esta hipótesis supone proporcional el rendimiento; pero los progresos del cambio pueden hacerlo más ó menos proporcional; cada unidad puede, por ejemplo, producir 25 *y*; pero suponiendo que la relación de cambio sea 10 *x* contra 17 *y*, y que el coste de transporte ó la tarifa de aduanas de cada una de estas cantidades sea 1 *y*, el beneficio quedará reducido á 3 *y*, y la relación de cambio no será la misma en cada país, puesto que el coste ó una parte de este coste se habrá de añadir á la mercancía en el país importador.

Hay pérdida, pero «es imposible decir cómo se dividirá esa pérdida resultante de las dificultades del cambio, entre los dos países» (pág. 47).

Si los gastos para introducir 10 *x* en *A* y 17 *y* en *B*, se elevan á 6 *y*, todo el beneficio 5 *y* es absorbido y reemplazado por una pérdida de 1 *y*, de suerte que cesaría el cambio.

M. Bastable introduce en la hipótesis una tercera mercancía. *A* y *B* producen á más de *x* é *y*, la mercancía *z*. Una unidad de poder productivo en *A* produce 100 *z*, en tanto que en *B* produce solo 90 *z*. Antes de la introducción de *z* las condiciones eran por ejemplo de 10 *x* = 16 *y*. *B* puede ahora ofrecer á *A*, no solamente *x*, sino *z* también; y de interés de *A* será tomar una cierta cantidad de la mercancía *z*, equiparando 17 *y* = 90 *z*, porque la transacción le reportará un beneficio de 5 *z*, toda vez que en *A*, 1 *y* = 5 *z* y 17 *y* = 85 *z*. Los términos exactos del cambio dependerán de la cantidad de *x* y de *z* demandada por *A* en comparación con la cantidad de *y* pedida por *B*. La situación de *B* como comerciante ha mejorado.

Se puede continuar la hipótesis y nos llevará á que «los precios corrientes establecidos finalmente dependerán del precio de las demandas recíprocas; que la presencia de varias mercancías producirá un efecto regulador, y que el hecho mismo del cambio explica que las exportaciones de cada país deben pagar las importaciones».

Los límites extremos en el interior, entre los cuales pueden variar los términos del cambio, serán fijados por la diferencia por el coste relativo de la producción

de las mercancías aquellas cuya diferencia sea mayor. Pero como á toda tendencia de los términos del cambio á aproximarse á uno ú otro de aquellos dos puntos extremos, ha de acompañar una disminución del número de artículos que entran en el comercio y de la suma de los cambios, y entrañará una reducción del importe total de los beneficios, es en general probable que los términos del cambio coincidan casi con el término medio (que en el anterior caso particular sería 10 x contra 17 $^1|_4$ y), ó más exactamente con el término medio de los costes relativos de todas las mercancías cambiadas entre A y B.

La hipótesis puede hacerse extensiva á otros productos y á mayor número de naciones, A, B, C, D....

M. Bastable concluye «por la analogía entre el cambio internacional y el cambio entre individuos independientes», pág. 56.—«Cuando un cierto número de individuos, dice él, están dedicados á los negocios en una nación, se forma un mercado, tomada esta palabra en su más amplio sentido; y los términos del cambio quedan más definidos: de suerte que podemos decir que las mercancías, cuando se producen libremente, tienden á cambiarse según sus costes relativos de producción».

La conclusión es exacta; pero la demostración ha podido quizás, ser más sencilla.

M. Bastable dice que es claro que el precio de un artículo en un país, no puede exceder en otro, en una cantidad superior á la suma de los obstáculos para el transporte, estimados en moneda, y que en el caso de un artículo importado, excederá precisamente en

aquel importe (pág. 80). Hay otros coeficientes que añadir á éste: el comprador que se encuentra en el mercado comprando al precio corriente tiene una ventaja sobre el comprador lejano. Si hay un movimiento de alza el comprador de la plaza aprovechará el primer precio, en tanto que el comprador que ha de ser prevenido por el telégrafo ó el teléfono, á lo más podía alcanzar el precio siguiente.

Conclusión: *No hay más que un comercio: sólo varía la forma. El comercio internacional como el comercio local ó nacional, se ejerce entre individuos, no entre naciones.*

La frontera no cambia el carácter del comercio; la aduana es la que lo cambia.

CAPÍTULO III

LA BALANZA DE COMERCIO Y LA BALANZA ECONÓMICA

§ 1.—«La balanza de comercio.»—Los supervivientes del sistema mercantil.—«El déficit.»—Las importaciones y las exportaciones en el Reino Unido.—Las naciones en déficit y las naciones con beneficio.—El navío de Bastiat.

§ 2.—«El inglés vive de su capital.»—Harpagón importa siempre.—Los pueblos acreedores.

§ 3.—La ecuación de las deudas.—La balanza económica.—M. de Foville.—M. Ignacio Gruber.—M. Raffalovich: *El debe y haber de cada pueblo.*—El balance económico de Austria-Hungría.—*El excedente de las importaciones de mercancías es el crédito del balance económico.*

§ 1.—La teoría de la balanza de comercio está fundada en esta hipótesis: un país vende mercancías á otro que las paga en moneda; el país que vende absorbe la moneda del que compra, aumentando su tesoro, al mismo tiempo que disminuye el de éste; el primero se enriquece á expensas del segundo.

Esta concepción, á la cual Colbert dió su forma definitiva, no había sido siempre la suya, estaba en contradicción con el preámbulo del edicto de Enrique II, de 4 de Febrero de 1557 y con las opiniones de Sully, fué refutada por la mayoría de los delega-

dos en la reunión del consejo general del comercio celebrada en 1701.

Y aún hoy, hombres de Estado, ministros, senadores, diputados, publicistas, industriales y comerciantes, embajadores y cónsules, profesores y detrás una muchedumbre de bodoques declaran solemnemente que «la balanza de comercio es favorable» para un país cuando la cifra de la exportación de mercancías es más elevada que la de importación.

Pero por una contradicción de que no se dan cuenta, regocíjanse si la importación de los metales preciosos excede á la exportación y se afligen en el caso contrario, reviviendo el «sistema mercantil».

Estos contemporáneos de Colbert, aunque viven en el siglo XX, restan de la cifra de las importaciones la de las exportaciones, é inscriben la diferencia bajo este título: déficit.

Según esto, el Reino Unido debería estar arruinado hace largo tiempo, puesto que tiene un constante déficit, como la demuestran las siguientes cifras:

Exportación de productos británicos.
En millones de libras.

	Importación.	Exportación.	Reexportaciones.
1855-9	169	116	23
1860-4	235	138	42
1865-9	286	181	47
1870-4	346	235	55
1875-9	375	202	55
1880-4	408	234	64
1885-9	380	226	61
1890-4	418	234	62
1895-9	453	240	60
1900-4	534	289	67
1905	465	329	77

Exportación de productos británicos.
En millones de libras.

	Importación.	Exportación.	Reexportaciones.
1906	608	375	85
1907	646	446	92
1908	593	377	80
1909	625	378	91
1910	678	430	104
1911	680	454	103
1912	745	487	112

Teniendo en cuenta las reexportaciones, el excedente de la importación sobre la exportación, es, en 1912, de 745 — 112 = 633 — 487 = 146 millones de libras esterlinas, ó sea en 3.650 millones de francos.

Los diputados, los altos funcionarios de ciertos ministerios, los cónsules y los publicistas de *l'Economiste européen* y de *La Reforme economique*, que emplean este vocabulario, no se han preguntado nunca, cómo Inglaterra, Alemania, Francia, pueden resistir esta ruina continua, en tanto que, á pesar de su constante beneficio, Portugal y Haïti no han prosperado. Jamás se han preguntado cómo Inglaterra, en que desde hace largo tiempo debiera haberse agotado todo el oro por este exceso de importación, continúa siendo el mayor mercado de ese metal.

Sin embargo, hace tiempo que J.-B. Say y Bastiat, les han dado la explicación de este fenómeno. Bastiat les ha referido la historia de un navío que parte de Burdeos. Este barco naufraga á la salida del puerto y su cargamento desaparece. En la estadística del comercio exterior se anota un beneficio neto para la

exportación, porque ha habido una salida que no ha sido anulada por una entrada; pero para el armador se ha producido una pérdida, y éste anota en su pasivo un millón que valiera el cargamento perdido. El buque, por el contrario, llega á su destino y vende con un beneficio su cargamento: compra y carga productos del país por valor de un millón más por los 200.000 francos que obtuviera de ganancia en la venta del cargamento alijado. Cuando vuelve al puerto de procedencia, el armador sienta en su activo 1.200.000 francos; pero la aduana anota en las estadísticas:

Exportación.....	1.000.000 francos.
Importación.....	1.200.000 —

En tiempos de Bastiat, M. Thémistocles Lestiboudois, Gautier de Rumilly, el barón de Ch. Dupin, se lamentaban y gemían: «La balanza de comercio nos es contraria.» Ahora, MM. Mèline, Koltz, Thèri y más de un cónsul, inscriben gravemente: déficit, 200.000 francos; y algunos añaden:—Será preciso que expidamos 200.000 francos oro, para llenar ese déficit.

M. Robert Barclay, antiguo presidente de la *Manchester chamber of commerce,* ha determinado de la manera siguiente, cómo se equilibraban las importaciones y las exportaciones en el Reino Unido. Él calcula que el 20 por 100 que representan las tasas de seguros y de fletes. El debe añadir al valor declarado de las exportaciones inglesas, y que se debe deducir un 10 por 100 por los mismos conceptos, del

valor de las importaciones. Aplicados estos datos á las cifras del comercio en 1903, dan:

	Libras.	Libras.
Importación.....	542 906.000	
Menos el 10 por 100 por fletes y seguros pagados en Inglaterra.....	54.291.000	
Total de las importaciones así reducidas.....		488.615.000
Exportación de los productos británicos.....	290.890.000	
Mas el 20 por 100 por fletes y seguros pagados en Inglaterra..	58.180.000	
		349.070.000
Exportación de los productos extranjeros y coloniales.	69.557.000	
Mas el 10 por 100 por fletes y seguros pagados en Inglaterra..	6.956.000	
		76.513.000
Total de las exportaciones así englobadas.....		425.583.000
Intereses recibidos de imposiciones en el extranjero.		62.559.000
		488.132.000

Inglaterra gana en sus importaciones como en sus exportaciones, y por consiguiente, lejos de desear una disminución en ellas, debe procurar un aumento.

§ 2.—Las *Tariff reformers* eran un poco incómodas para invocar en favor de su tésis el argumento de la balanza de comercio, pero defendiéndose en todo lo han producido y reproducido, intentando rejuve-

necerle. Ellos, por ejemplo, han explicado la enorme diferencia entre las importaciones y exportaciones, descubriendo con terror que el inglés, hijo pródigo, vive de su capital.

Según esto, este excedente de las importaciones sobre las exportaciones prueba que el inglés no es el prestatario, sino el prestamista.

En 1911 M. A. Neymarck, en su memoria de *l'Institut international de statistique* calculaba en 100.000 millones de francos las imposiciones de la Gran Bretaña en las colonias y en el extranjero. Para las amortizaciones, esto representa una renta mínima de 5.000 millones de francos.

Pedro pide prestado á Harpagon. Harpagon presta una suma más ó menos importante á Pedro; en este caso Harpagon exporta.

Pero al cabo de un año Pedro ha de pagar intereses á Harpagon; entonces Harpagon importa, y continuará importando siempre, mientras tenga intereses que percibir; y el día del reembolso hará una gran importación.

Pero este reembolso no lo quiere Harpagon. El día en que Pedro quisiere reembolsarle, aquel tratará de encontrar un nuevo prestatario que continuare devengando intereses que Harpagon importaría con gran placer.

He aquí por qué los pueblos ricos que tienen capitales colocados en el extranjero importan siempre más que exportan. La importación se hace en forma de mercancías diversas, con las facilidades de compensaciones de pago. La Rusia exporta más que im-

porta; la República Argentina durante mucho tiempo ha exportado más que importado; pero ahora se han aproximado mucho las dos cifras. El Brasil continúa exportando mucho más que importa; y lo mismo ocurre en los Estados Unidos.

La balanza de comercio es favorable para los países deudores al extranjero, y desfavorable para los países acreedores.

§ 3.—M. Bastable había intentado establecer «la ecuación de las deudas» de los países entre sí, de la manera siguiente:

1.° Las importaciones y exportaciones.

2.° Las sumas prestadas ó adeudadas: el país prestatario es acreedor hasta que recibe el importe del empréstito;

3.° Una vez cubierto el empréstito, el país prestatario es deudor de un interés anual;

4.° El país prestatario es deudor del importe del empréstito.

5.° Ganancias de los comerciantes del país, establecidos en el extranjero y de los comerciantes extranjeros establecidos en el país; para los primeros, el país es acreedor; para los segundos, el país es deudor.

6.° Dones enviados á un país ó de un país.

7.° Fletes y comisiones á favor ó en contra de un país.

8.° Gastos hechos en el extranjero por un gobierno y gastos hechos en el país por los gobiernos extranjeros.

9.° Tributos ó indemnizaciones pagados ó recibidos.

10.° Gastos de los nacionales que viajan por el extranjero y gastos de los extranjeros que viajan por el país.

En las Memorias presentadas en 1905 á la sesión del Instituto Internacional de Estadística, M. de Foville, de París, y M. Ignaz Gruber, jefe de seccción en el Ministerio de Hacienda de Austria han preten-

dido establecer el balance económico de los pueblos entre sí. Pero este balance no comprende los fenómenos de orden puramente interior; no sirve más que para deducir las ganancias y las pérdidas resultantes de ciertas entradas y salidas que pueden clasificarse bajo cuatro títulos: 1.° Hombres. 2.° Mercancías. 3.° Minerales. 4.° Valores mobiliarios é instrumentos de crédito.

En su *Traité des changes étrangers*, aparecido en 1863, M. Goschen había comprobado que laa deudas recíprocas, procedentes de causas diversas, eran el primero y más importante factor en la determinación del movimiento de los cambios exteriores. Un alemán, Adolfo Soetbeer, tan célebre por sus estudios sobre los precios de los metales preciosos, reemplazó la expresión «balanza de comercio» por la de «balanza de los pagos» *(Zahlungsbilanz)*. M. Ignaz Gruber le da la siguiente definición: «La representación aritmética de los resultados del movimiento económico total de una nación, referidos al valor de la moneda, con los diferentes géneros de comercio establecidos en favor ó en contra, es la determinación de este balance entre ambos.»

Más sencillamente puede decirse:

La balanza económica de cada pueblo comprende la totalidad, en un momento dado, de los pagos hechos ó recibidos por él, y de los compromisos contraídos, en su favor ó en su contra.

M. A. Raffalovich ha encontrado el verdadero título: *El debe y el haber de cada pueblo* (1).

(1) Instituto internacional de Estadística, Copenhague, 1907.

El Ministerio de Hacienda austriaco ha intentado determinar esta situación en condiciones particularmente difíciles.

Austria-Hungría ha suspendido la acuñación de la plata; pero ha puesto papel en circulación.

Las instituciones financieras de Austria-Hungría son parecidas á las de las naciones occidentales: pero provincias muy importantes de la monarquía están muy atrasadas aún; las reformas están sometidas al Parlamento austriaco y al Parlamento húngaro; se acaba de decidir que la reforma monetaria recorra tres etapas: primero, el establecimiento de una nueva moneda, basada sobre el patrón oro; segundo, la constitución de una reserva para garantizarla, y, por último, la vuelta á los pagos en especies.

Los estudios provocados para la realización de este programa son la base del trabajo de M. Ignaz Gruber. Se calcula según la tasa de cambio del luis de oro, el valor respectivo de las monedas y del papel en circulación á partir de la suspensión de la acuñación de la plata.

Desde el 28 de Febrero de 1903 el papel moneda del Estado ha desaparecido, pero el restablecimiento legal del pago en especies no ha tenido lugar aún. Para saber si la situación económica estaba suficientemente saneada y orgánicamente bastante fuerte para llevarlo á la práctica, el gobierno ha abierto una información tan minuciosa como sea posible, dejando á los que la dirigen en completa libertad para realizar indagaciones y comprobaciones. «Nuestra conciencia científica, dice M. Ignaz Gruber, no nos

hubiera permitido la formación de un balance económico al que se diese una apariencia halagadora.» Los resultados obtenidos han excedido á toda esperanza.

La balanza económica comprende 14 columnas en millones de coronas (la corona equivale á 1,05 francos). El signo + representa un exceso sobre las importaciones; el signo —, indica lo contrario. Las cifras *tipo itálicas* están fundadas en conjeturas.

AÑOS	BALANCE de los pagos por interés, dividendos, amortización de valores mobiliarios extranjeros	BALANCE del comercio internacional de valores mobiliarios.	PAGOS resultantes del establecimiento de Sociedades extranjeras en la Monarquía.	BENEFICIOS de las Compañías extranjeras establecidas en la Monarquía.	BALANCE del comercio especial de mercancías.	PAGOS al extranjero de la marina militar.
1	2	3	4	5	6	7
1892	— 326	— 62	+ 12	— 8	+ 237	— 7
1893	— 326	+ 100		— 8	+ 326	— 8
1894	— 326	+ 61		— 8	+ 234	— 7
1895	— 327	+ 66	+ 3	— 8	+ 81	— 9
1896	— 332	+ 134	+ 1	— 8	+ 178	— 11
1897	— 336	+ 140	+ 8	— 11	+ 54	— 12
1898	— 644	+ 81	+ 35	— 11	+ 5	— 12
1899	— 343	— 25	+ 50	— 10	+ 294	— 14
1900	— 337	+ 103	+ 41	— 4	+ 313	— 9
1901	— 350	+ 170	+ 5	— 2	+ 287	— 9
Suma.....	— 3.347	+ 768	+ 155	— 78	+ 2.009	— 98
Máximum.	— 350	+ 170	+ 50	1 11	× 326	— 14
Mínimum.	— 326	— 62		— 2	+ 5	— 7
Promedio.	— 335	+ 77	+ 16	— 8	+ 201	— 10

BALANCE de las transacciones internacionales financ. por los F. C. y la marina mercante. 8	BALANCE de los pagos internacionales causados por las emigraciones ó inmigraciones. 9	SUMAS recibidas de los visitadores extranjeros. 10	TOTAL de los créditos de las columnas 2 á 10. 11	TOTAL de los débitos de las columnas 2 á 10. 12	DIFERENCIA entre los totales de las columnas 11 y 12 13	BALANCE del Comercio internacional de los metales preciosos. 14
+ *30*	+ 1	+ *40*	+ 320	— 403	— 83	+ 132
+ *33*	+ 8	+ *40*	+ 507	— 342	+ 165	+ 260
+ *33*	+ 13	+ *40*	+ 381	— 341	+ 40	+ 21
+ *36*	+ 6	+ *40*	+ 232	— 344	— 112	+ 57
+ *36*	+ 14	+ *42*	+ 405	— 351	+ 54	+ 65
+ *39*	+ 16	+ 45	+ 302	— 359	— 57	+ 96
+ *39*	+ 22	+ 53	+ 235	— 367	— 132	— 75
+ *42*	+ 21	+ 55	+ 462	— 392	+ 70	— 28
+ *42*	+ 43	+ 53	+ 595	— 350	+ 245	— 22
+ 45	+ 62	+ 61	+ 630	— 361	+ 269	+ 132
+ 375	+ 206	+ 469	+ 4.069	— 3.610	+ 459	+ 628
+ 45	+ 62	+ 61	+ 630	— 403	+ 269	+ 260
+ 30	+ 1	+ 40	+ 232	— 341	— 132	— 75
+ 38	+ 21	+ 47	+ 407	— 361	+ 46	+ 63

El crédito para el Austria-Hungría es el excedente de las importaciones; el débito, es el exceso de las exportaciones. Parece escaso este crédito de 46 millones de coronas, pero felízmente los 63 millones de coronas en metales preciosos, lo elevan bastante.

El crédito de las importaciones de mercancías ha dado por resultado un término medio anual de 201 millones de coronas; si este excedente faltase del cuadro, habría que sustraerlo del crédito de 407 millones inscrito en la columna 11. El crédito quedaría, pues, reducido á 206 millones. El débito inscrito en la columna 12 de 361 millones, sería 361-206; y en vez de un excedente de 46 millones habría un déficit de 155 millones. Y aún deduciendo de éste los 63 millones de coronas en metales preciosos, se obtendría un débito de 92 millones si el excedente de las importaciones de mercancías no se contase en el crédito de Austria-Hungría.

En la balanza económica de cada pueblo, el excedente de las importaciones de mercancías debe ser inscrito en su activo, como el excedente de las importaciones de metales preciosos, valores mobiliarios é instrumentos de crédito.

Estos hechos explican una vez más por qué los pueblos ricos tienen un exceso de importaciones, y de exportaciones, los pueblos pobres y empeñados.

Los fondos extranjeros que cada año deben remunerar los austro-húngaros son de dos clases: de los empréstitos al extranjero para liquidaciones de guerra ó para obras de utilidad; de todos modos, estos capitales han sido útiles á Austria-Hungría, puesto

que de otra manera, no hubiese podido atender á estos gastos sino con una tasa mucho más onerosa. Han de enviar, en fin, unos millones de coronas por término medio al año, á las Compañías que han ido á establecerse en Austria-Hungría. Si esas Compañías tienen beneficios, prosperan; y desde el momento en que hacen buenos negocios, contribuyen á la prosperidad del país. Ellas han creado ó han desarrollado industrias, han hecho operaciones y negocios de banca que han contribuído á la prosperidad general.

Este cuadro detallado muestra que, en contra de la vieja teoría de los partidarios de la Balanza de comercio, el excedente de las importaciones de mercancías es uno de los elementos de crédito de la Balanza económica.

Es una nueva confirmación de la demostración de J. B. Say y de Federico Bastiat; un barco parte y naufraga: he aquí el excedente de exportación.—Llega á su destino, vuelve con beneficios y produce el excedente de importación.

L'Institut international de Statistique ha nombrado en 1905 para continuar estos estudios, una Comisión de que es secretario general M. Gruber y cuya presidencia ocupa; pero la reunión de los elementos necesarios para establecer el *debe* y el *haber* de cada nación, ofrece grandes dificultades. Solo debe esperarse llegar á aproximaciones cada vez más ajustadas.

LIBRO VII

Las estadísticas aduaneras.

CAPÍTULO PRIMERO

LOS VALORES DE ADUANA

§ 1.—Cifras de aduanas en el pasado.—En Francia, de 1827 á 1847, «los valores oficiales».—Desde 1847, «los valores actuales»—En Inglaterra, cifras hasta 1854.—Valores según las declaraciones.—En Francia, Comisión de Valoraciones de aduana.—Cifras medias —Procedimientos usados en los diversos países.—Necesidad de la publicidad de las Memorias de Comisiones de Valoraciones.—¿Qué valores dan las Memorias mensuales?—Los elementos de los valores de aduanas. — España. — Estados Unidos.—Bélgica.—Peso neto y peso bruto.—Las cintas de Saint-Etienne.

§ 2.—El aduanero no es un estadístico.—Su indiferencia respecto á los exportadores —Las estadísticas aduaneras de los metales preciosos.—Peso y valor.—Precio *fob* y precio *cif*.—Conclusión.

§ 1.—Vemos á muchas personas que comparan con gran aplomo las cifras de aduanas de lejanas épocas con las de épocas contemporáneas.

¿Pero cómo las ha establecido?

La estadística aduanera en Francia solo data de 1827, pero se establecen las evaluaciones de este año, y en los años siguientes hasta 1847, no se cambia el precio de las mercancías. A estos valores fijos se da el nombre de «valores oficiales».

A partir de 1847 se procedió á una evaluación anual, dándose el nombre de «valores actuales» á los resultados de ellas.

Hasta 1854, los valores tenían, en Inglaterra, por base los precios que se remontaban á dos siglos; de 1854 á 1870, el *Boad of trade*, establece sus estadísticas según los precios corrientes; desde 1870, los precios registrados son los que suministran los comerciantes según las transacciones; y como, salvo para una docena de artículos, no están sometidos á los derechos de aduana, no tienen interés alguno en falsear las declaraciones. Esta ausencia de la preocupación fiscal da á las cifras de la aduana inglesa una certidumbre que no logran en ningún otro país.

La aduana no evalúa; ella registra las declaraciones de los valores en el puerto de embarque ó desembarque. El *Boad of trade* se limita á comprobar. Tal sistema es el positivo. Pero aún para establecer las cifras inglesas, hay necesidad de recurrir á términos medios que no indican los precios corrientes extremos y las variaciones producidas en las diversas épocas del año. Este sistema solo se sigue en Portugal y en Rusia.

En Bélgica se aplican los dos sistemas; para todas las mercancías sometidas á derechos *ad valorem*, se acepta la declaración; para las demás, se recurre á

una Comisión de Valores de Aduana, que fija cada año los «valores oficiales». La relación de las mercancías cuya tasa de evaluación ha sido modificada, se publica en el apéndice de la Estadística general del Comercio.

En Francia la Comisión de Valores de Aduana fija la tasa de evaluación para las mercancias, importadas el año precedente. Los trabajos no terminan jamás hasta mediados de año. Reunidos en fascículo las memorias generales de la Comisión, son muy interesantes; pero evidentemente las cifras fijadas no son las cifras reales; se establecen según términos medios, determinados más ó menos arbitrariamente. Se atenían los cambios muy violentos. Son, pues, precios convencionales. El mismo procedimiento se sigue en Austria, Bélgica, Alemania, Grecia, Italia, Suecia y Suiza. Exactamente no se sabe cómo se fijan las cifras del comercio exterior en Portugal, Rumanía y Bulgaria.

La Comisión de Valores de Aduana tiene ahora por presidente á M. Chapsel y comprende cinco secciones:

1.ª Dirección y centralización del trabajo.

2.ª Productos agrícolas, comestibles y productos exóticos. Presidente, M. Tisserand, antiguo director de Agricultura.

3.ª Maderas, materias minerales y productos metalúrgicos. Presidente, M. Petitjean.

4.ª Materias textiles, hilados y tejidos. Esta sección se divide en cinco subsecciones: 1.ª, seda; 2.ª, lana; 3.ª, algodón; 4.ª, lino, cáñamo y yute; 5.ª, tul,

pasamanería, bonetería y vestidos. Presidente, Monsieur Gastón Grandgeorge.

5.ª Materiales de fabricación y objetos fabricados diversos. Presidente, M. Marquet de Vasselot.

En Holanda, se registran los valores declarados para las mercancías sujetas á derechos, en tanto que una Comisión de Valores de Aduana, fija el valor de las exceptuadas; pero parece que, salvo para algunos detalles ínfimos, no se ha hecho revisión alguna desde hace un buen número de años.

Algunos países publican ahora estados mensuales de su comercio; ¿pero qué precios dan? Necesariamente han de ser los establecidos para el penúltimo año, porque hasta mediados de año no termina de fijar los precios del año último la Comisión de valores de aduana. Estos precios, pues, no están conformes con la realidad y la revisión no se hace las más de las veces hasta fines del año siguiente.

¿Cuál es el valor dado á las importaciones? Sir Alfredo Bateman, que tiene motivos para estar bien informado, cree que en España y en Rumanía, al valor de las importaciones se aumentan los derechos de aduanas.

Los Estados Unidos, para la importación, fijan el valor de la mercancía por el precio corriente en el mercado importador, comprendido en él el valor del embalaje, y desde la ley de 1 de Junio de 1890, todos los gastos hechos hasta el puerto de embarque; pero no se comprenden los gastos de transporte desde el país de origen al de destino. El valor de los productos exportados de los Estados Unidos se calcula por

los precios corrientes del mercado de donde proceden.

En Bélgica, los valores oficiales añaden al precio de la mercancía sobre el lugar de procedencia, los gastos de expedición y de transporte hasta la frontera.

Se ve, pues, la incertidumbre que resulta de estas cifras cuando se quiere establecer una comparación entre el comercio de diversas naciones.

Los valores de exportación en Dinamarca, comprenden el flete al punto de destino, en tanto que en los Estados Unidos las mercancías extranjeras reexportadas de los depósitos son estimadas en su valor de importación, que no comprende el flete ni el seguro.

No todas las administraciones de aduanas hacen del mismo modo las taras. Y así, la mayoría de las veces no se sabe si se trata de un peso neto ó de un peso bruto que comprende el embalaje.

Según una carta dirigida por un miembro de la Cámara de Comercio francesa de Ginebra, al Ministro de Comercio, Suiza percibe sus derechos sobre el peso bruto en kilogramos sin fracción. Los sombreros de señoras, por ejemplo, tasados según la nueva tarifa de 2,25 francos el kilo, pagan 11,27 francos. Cuando el embalaje parece demasiado ligero, la mercancía se recoge mediante un suplemento de tasa ó adicional (1).

En Francia no se ha comenzado á tener en cuenta la tara para la evaluación de los productos exporta-

(1) Jules Domergue *(Libre echange ou protection)*. 1907.

dos hasta 1860. Durante mucho tiempo la adminisción registraba, para las sederías, entre otros, el peso bruto de las cajas, y se veía, durante el período 1855-60, alcanza el término medio de las exportaciones de cintas á 118.685.000 francos, con gran estuperfacción de la fábrica de Saint-Etienne, que no podía encontrar en sus cuentas una cifra tal para sus negocios.

El secretario de la Comisión de Valores de Aduana para 1860, decía: «El valor de las cintas ofrece para este año una reducción extraordinaria que no alcanzará á menos de un 36 por 100, habiendo bajado de 178 francos á 115,50; pero esta reducción no es más que aparente.»

Se ve á la Comisión de los Valores de Aduana aceptar un revoltijo de precios: «El precio real del kilogramo de cinta sería de 122,50 francos. Importa solo 112,50 porque la Comisión ha querido compensar lo que había de excesivo en la cifra total de la exportación que comprendía el peso bruto, en vez del peso neto demandado por la administración de aduanas.

En Francia se publican las memorias generales de la Comisión de los Valores de Aduana. Esta garantía no existe en Alemania, y creo que en ningún otro país. Esa publicidad debe reclamarse con insistencia, no solo para las Memorias generales sino también para las especiales.

No obstante las Memorias publicadas en Francia no dan referencias bastantes sobre los métodos empleados para fijar los precios y las taras.

§ 2.—El aduanero no es un estadístico. Es un

agente fiscal, y solo la fiscalización le preocupa. Así no presta atención á la mercancía más que desde el punto de vista de la percepción. Él pesa, mide y evalúa en las importaciones los objetos tasados, y solo se preocupa respecto á los demás, de descubrir si ocultan un fraude. Lo demás no le interesa.

En cuanto á las exportaciones, les son completamente indiferentes. El aduanero no se cuida de las que pasan en el equipaje del viajero, y en cuanto á las que llenan los vagones de los trenes ó los buques, se contenta con las declaraciones del que las expide.

En Inglaterra y en los Estados Unidos la declaración del valor hecha para la exportación está sujeta á la comprobación por el agente de la aduana, y en este último país, el que expide y declara un valor inferior está sujeto á una multa. Yo dudo que esta sanción se haya impuesto la mayoría de las veces.

En Francia, la abolición de los derechos de salida ha suprimido todo *contrôle* sobre las declaraciones de exportación, si bien el artículo 19 de la ley de 16 de Mayo de 1863, dice «que la exención de los derechos, ya sea á la entrada ó á la salida, no dispensa de hacer á las aduanas las declaraciones prescritas por la ley, según las especificaciones y unidades enunciadas en la tarifa general, bajo pena de 100 francos de multa, en caso de no hacerlas». La declaración es obligatoria, pero su precisión es facultativa.

La ley de 22 de Febrero de 1872, la ha sometido á un derecho de 0'10 (sin décimas adicionales, por fardo, por metro cúbico para las mercancías á granel

y por cabeza de animales vivos ó muertos. Una vez percibida esta tasa, el aduanero queda tranquilo. Que el remitente envía aquí ó allá, poco le importa, pues él nada ha de percibir; que declara un valor inferior con el fin de disminuir los derechos que la expedición ha de pagar en el punto de destino, á él no le preocupa.

Jamás un aduanero, inglés, alemán, francés, pregunta al viajero que sale de su país:—¿Tenéis alguna cosa que declarar? Hace algunos años un gran almacén de París, revelando los nombres y direcciones de sus clientes, evaluó en 54 millones la cifra de exportación procedente de compras directas, que solo importaban 30 millones, según los datos de la aduana francesa, en los que, por consiguiente, no figuraban los cuatro quintos de la verdadera exportación.

M. de Foville, antiguo director de la Casa de la Moneda en París, ha dado en su Memoria al Instituto internacional de Estadística, sobre los «Elementos de la balanza económica de los pueblos», un ejemplo característico de esta indiferencia del aduanero respecto á los objetos que no presentan un interés fiscal. Cuando, hace algunos años, la Casa de la Moneda de París fabricaba rublos y fracciones de rublos por millones para Rusia, eran expedidos de París á Dunkerque, desde Dunkerque á Hull y de Hull á San Petersburgo. Pues bien, no se encuentra de ello el menor rastro en las estadísticas de la aduana francesa.

Hace una veintena de años, en Italia, M. Carlo Ferrari hizo comprobar las cifras de la aduana para las entradas y salidas de numerario con el auxilio de

comunicaciones hechas por los grandes establecimientos de crédito. Lógicamente estas comunicaciones deberían denunciar movimientos inferiores, pues con frecuencia dan cifras superiores á las de la aduana. En 1891, eran el doble para el oro importado y el cuádruple para el exportado.

Aún hay mayor diferencia para el diamante.

En Francia, esta palabra no se encuentra en el repertorio de las estadísticas de aduanas; solo se encuentra en la enumeración de las diversas clases de alhajas. Resultaría de ello que Francia no importaría ni exportaría un solo diamante. La Tabla general del Comercio de Bélgica, contiene la siguiente nota que explica la situación de este comercio á la mirada de la aduana: «El extremado valor del diamante para un peso y volumen insignificantes, hace que las importaciones y exportaciones de esta mercancía se realicen casi exclusivamente sin conocimiento de la aduana.

Según las referencias suministradas por el Presidente de la Cámara de Comercio de Amberes, los diamantistas de esta población han importado en 1911, próximamente 98.356.000 francos en diamantes en bruto. Si á esta suma se añade el importe de los salarios pagados á los obreros y se deduce el valor de los diamantes vendidos en el país, se puede calcular en 99.049.000 francos el valor de los diamantes tallados que han sido exportados.»

Cuando se comparan las cifras de aduanas, sería preciso comparar siempre los precios en las diferentes épocas y en los diversos mercados.

Ya he insistido sobre esa necesidad en la primera edición de *la Science economique.* Hasta 1896, la administración de aduanas en Francia continuó tomando como base casi exclusiva para sus comparaciones, el precio de las mercancías. En aquella fecha, al fin se apercibió de que los precios variaban. Entonces se tomó la cifra total de las toneladas á la importación y á la exportación y se comparó con los valores totales. Pero semejantes sumas no representan más que unidades de un mismo orden.

La adición de toneladas de mineral con toneladas de sederías ó de joyería no puede dar una idea exacta de la naturaleza del comercio de una nación.

Es preciso recordar siempre que los precios de la exportación son el precio *fob* (franco á bordo) y los de la importación el precio *cif (cost. insurance, freight).* Estos son siempre, pues, más elevados.

Conclusión:

Aún en el país en que mejor se hace, el valor dado á las importaciones y á las exportaciones, está lleno de inexactitudes. No se deben aceptar las cifras de aduanas más que á beneficio de inventario.

Las cifras de importación, que tienen más interés fiscal para el aduanero, ofrecen más garantía que las cifras de la exportación, cuya comprobacion no interesa á aquél.

CAPÍTULO II

PAÍS DE ORIGEN Y PAÍS DE DESTINO

Dificultades de determinación.—País de procedencia ó país de origen.—Indiferencia del aduanero.—Declaración del remitente y del destinatario.

Los estados de aduanas llevan las indicaciones: país de origen, país de destino; y las gentes que tienen necesidad de fe, lo han tomado al pie de la letra y no dudan de que los movimientos de comercio inscritos, estén conformes con la realidad.

Desgraciadamente, los lugares de origen son siempre tan difíciles de determinar, como los países de destino.

Algunas naciones averiguan el lugar de origen y la nación á que va destinada la mercancía; tales son Austria, Francia, Alemania, Portugal y Suiza; otras, Bulgaria, Dinamarca, España, Grecia, Holanda, Italia, Rusia, Noruega, Suecia y los Estados Unidos, no se ocupan más que del país de donde se importa la mercancía, ó bien el lugar á que se expide.

El *Board of trade* decidió que á partir de 1909 los estados del comercio británico dieran el origen y destino real.

Desde 1905 constituían el objeto de un volumen suplementario á los dos del *Anual statement*. En adelante, este volumen dará las cifras según los lugares de importación y de expedición.

En las *Observations preliminaires du Tableu général du Commerce*, la Administración de las aduanas francesas, dice que «teóricamente las mercancías deberían ser asignadas, en la importación, á cuenta del país de origen, y en la exportación, á cuenta del país de exportación real».

«Pero en la práctica no es posible dar á esta regla una aplicación absoluta en razón á las pérdidas de cargas que necesariamente se producen en el curso de los transportes, como en razón á la naturaleza misma de las operaciones comerciales, que las más de las veces, á la entrada como á la salida, se manifiestan respecto á productos comprados ó vendidos en un país intermediario.

Por este motivo, la administración se ha visto obligada á mencionar en sus publicaciones estadísticas, á la entrada, el país de procedencia inmediata ó actual y, á la salida, el país de destino efectivo ó actual.

Pero este principio, cuya aplicación aboluta tendría por resultado reducir los gastos estadísticos de nuestro tráfico internacional, sólo á los países limítrofes ó de otros mares, con los cuales tuviéramos relaciones directas, ha de ceder ante la realidad de los hechos siempre que por la naturaleza ó las circunstancias del transporte, ó por los documentos que *puedan venirse á las manos*, el servicio tenga ocasión de conocer, en la importación, el punto de procedencia real de la mercancía importada en Francia, y en la exportación, el país á que efectivamente se dirige, ó en el cual debe ser entregada al destinatario.»

Esta fraseología administrativa significa que la ad-

ministración se contenta con las indicaciones que recibe; lo que no impide que procure tener conocimiento del país de origen y del país de destino real.

Para las expediciones por caminos de hierro, «las mercancías son conducidas á cuenta de la potencia á que llegan realmente, y para la cual están realmente expedidas». La dificultad está en la palabra «realmente».

Para los transportes efectuados por las vías terrestres, fluviales ó por canales, el país limítrofe se considera siempre como el país destino ó de procedencia, según se trate de exportación ó de importación. Los transportes efectuados por canales se consignan en los documentos estadísticos de aduanas, en la columna de transportes por tierra.

Para las expediciones por mar, se considera como país de procedencia, aquel en que la mercancía ha sido cargada, y como país de destino, aquel en que se ha de desembarcar, es decir, al que va dirigida con *connaissement direct*. Así, las lanas de Australia, expedidas de Inglaterra á Francia, se aumentan á la cuenta de Inglatera (entrada), y del mismo modo se anotan en la cuenta de Inglaterra (salida), las mercancías que deben ser desembarcadas allí, sean ó no destinadas ulteriormente al consumo en dicho país.

Cuando un navío ha tomado sucesivamente mercancías en puertos de diversos países, ó que habiendo salido de Hamburgo, por ejemplo, ha hecho escala en Amberes, para dejar una parte ó para completar su cargamento, se aumenta á la cuenta de cada país las mercancías embarcadas en ellos, en vez de considerarlas todas como procedentes del país á que pertenece el último puerto de escala. Del mismo modo, á la salida, cuando un navío ha tomado mercancías para varios destinos, esas mercancías se anotan separadamente en cada cuenta.

Cuando se expiden mercancías por servicios especiales de vapores á puertos vecinos, muy corrientes de Francia á Ingla-

terra, para ser transbordadas, esas mercancías figuran en el activo no del país donde ha de efectuarse el transbordo, sino del país de destino.

No obstante, se atribuía á la cuenta de Bélgica tal mercancía desembarcada en Amberes y expedida en Francia.

Las mercancías expedidas directamente de Londres á París por Amberes, é importadas por un punto de la frontera del Norte, se llevan, no á la cuenta de Bélgica, sino á la de Inglaterra, siempre que los documentos indiquen con preferencia este último como país de procedencia efectiva. Del mismo modo se procede respecto á las mercancías exportadas de Francia por la frontera, cuando llevan documentos de tránsito, indicando como punto de destino efectivo un país de otro mar.

La columna por tierra de los estados de desarrollo del movimiento, lleva el título: *Mercancías importadas ó exportadas por tierra, directamente ó por la vía de un tercer país.*

Los productos extranjeros procedentes de las zonas privilegiadas, tales como las determinadas para Alemania por el comercio adicional al tratado de Francfort de 11 de Diciembre de 1871, art. 12; para Suiza, por el comercio sobre relaciones de vecindad de 23 de Febrero de 1882, y para Italia por el tratado de 7 de Marzo de 1861; y los productos franceses procedentes de las mismas zonas en Francia, son comprendidos en la estadística con el mismo título que los demás productos extranjeros ó franceses.

Los productos originarios del país de Gex y de la

Alta Saboya, para la importación por la línea aduanera, son admitidos, bien en franquicia en las condiciones determinadas por el decreto ministerial de 31 de Mayo de 1863, bien con el beneficio de la tarifa mínima, conforme á la decisión ministerial de 1.° de Abril de 1893. Estos productos se inscriben en las estadísticas, en la cuenta de las zonas francas.

Desde 1894 se ha abierto una cuenta especial á las *Provisiones y material de bordo* que antes se llevaban á la cuenta de las exportaciones del país á que se dirigía el navío exportador.

La Argelia figura en el comercio exterior con los países extranjeros; pero su movimiento marítimo y comercial con los países extranjeros y las demás colonias dan lugar á la formación de una estadística distinta.

Según las «Observations preliminaires» al *Tableau général du commerce* en Bélgica, los artículos 120 y 143 de la ley general de 26 de Agosto de 1822, imponen á los importadores y exportadores la obligación de indicar en sus declaraciones la procedencia y el destino de las mercancías.

No siendo la estadística comercial una estadística de producción, sino de cambios internacionales, no es el país de origen el que se ha de indicar en ellos, sino el país de procedencia.

Este principio se debe mantener siempre.

Sin embargo, se atenúa de la siguiente manera:

El país de procedencia puede ser al mismo tiempo país de

origen, lo que ocurre cuando la mercancía es un producto del país en que se expide.

Si el algodón de Egipto, por ejemplo, es expedido en Alejandría, directamente por mar al puerto de Amberes, esa mercancía se consigna en la cuenta del Egipto. Y este país es también el que se debe declarar si el algodón, desembarcado en Marsella y cargado en seguida en un vagón, es reexpedido á Bélgica, sin haber sido objeto en Francia de una transacción comercial que nacionalizara la mercancía.

El cambio del medio de transporte operado en Francia no modifica en manera alguna la naturaleza del cambio, habiéndose éste efectuado siempre entre Egipto y Bélgica exclusivamente. De otro modo fuera si el algodón desembarcado en Marsella, fuera nacionalizado en Francia, y objeto en seguida de un cambio con Bélgica. En este caso, sería Francia el país de procedencia que estaría obligado á indicar en su declaración el importador, y á la cuenta de Francia habría de ser consignada la mercancía.

Las mismas reglas se han de seguir en cuanto á la exportación. El país de destino es aquel hacia el cual es realmente expedida la mercancía, aunque ésta sea de origen belga ó haya sido nacionalizada.

Mercancías que salen de depósitos extranjeros. — Cuando una mercancía es importada de un país de donde no es originaria, pero donde ha estado en depósito, este país es el que se debe indicar como procedencia, si el declarante no puede designar con certeza el país en que se hubiere hecho la operación de cambio con Bélgica. En este caso, se puede considerar nacionalizada la mercancía en el país en que últimamente ha estado en depósito, pues generalmente, las mercancías que salen de un depósito, han sido en él objeto de nuevas transacciones. Así, los tejidos de origen suizo que entran en Bélgica, habiendo estado en depósito en Francia, se han de consignar en la cuenta de Francia, á menos que se compruebe que son entregados en Bélgica por el exportador primitivo que los había depositado en aquel país. En esta última hipótesis, el país de procedencia es Suiza.

Los receptores deben emplear todos los medios á su alcance para conseguir del comercio la declaración de los países de procedencia y de destino *reales*. Ellos pueden encontrar referencias útiles á este respecto en los documentos de tránsito y otros, cuya presentación pueden exigir.

Si este examen les da la certeza de que la indicación del país declarado es falsa ó equivocada, rectifican de oficio la declaración.

Lógicamente, debiera ser el país de origen y no el país exportador el que se procurara conocer; pero estas cuestiones son por completo indiferentes al aduanero. En cuanto al remitente y al destinatario, ellos sólo quieren que se les deje tranquilos. Así, pues, hay que contentarse con sus indicaciones.

CAPÍTULO III

COMERCIO GENERAL, COMERCIO ESPECIAL Y DE TRÁNSITO

§ 1 —Definición del comercio general y del comercio especial. – Productos exóticos exportados como productos franceses. – Tránsito. —El tránsito en Bélgica.
§ 2. –Depósitos.
§ 3.—Admisión temporal.
§ 4.—Una adición de diputados franceses.—Doble empleo de las entradas y salidas.
§ 5. – Sistema inglés.—Ejemplo de aplicación al comercio francés.

§ 1.—En la mayor parte de los países, el comercio se divide en *comercio general y especial* (1).

El *comercio general de importación* comprende la totalidad de las mercancías extranjeras llegadas del extranjero, de las colonias y de la gran pesca, por tierra ó por mar, y declaradas tanto para el consumo como para el tránsito, depósito, transbordo, reexportación ó admisión temporal.

El *comercio especial* comprende en la *importación*:

1.° Todas las mercancías declaradas para el consumo, es decir, la totalidad de las mercancías importadas con excep-

---

(1) G. Pallaim. Noticia preliminar al *Tableau général du commerce de la France*.

ción definitiva de derechos, y si se trata de mercancías tarifadas, las cantidades que han sido sometidas al pago de derechos, bien á la llegada ó después de haber sido declaradas para el tránsito, depósito ó admisión temporal; 2.º, los azúcares importados de las colonias ó del extranjero y declarados bajo el régimen de la admisión temporal.

De estas definiciones resulta que las cifras del comercio general deben, en principio, ser superiores á las del comercio especial. Sin embargo, el comercio general de importación no comprende necesariamente para un período dado, la totalidad de las cifras del comercio especial; éstas, en efecto, se componen, no sólo de las cantidades declaradas para el consumo á su llegada, sino también de cantidades que han sido extraídas de los depósitos para ser puestas al consumo, y que han podido ser comprendidas en el comercio general, en períodos anteriores. Además, las cifras del comercio especial pueden comprender materias primas que han sido objeto de admisiones temporales; y los objetos manufacturados con ellas, son declarados para el pago de derechos ulteriormente, bien directamente ó después de haber pasado por depósito.

Así, puede suceder, en lo que concierne á las mercancías tarifadas, que las cifras del comercio especial sean para un período determinado superiores á las del comercio general.

El *comercio general de exportación* comprende la totalidad de las mercancías que salen efectivamente de Francia, sin distinción de su origen nacional ó extranjero, es decir, las mercancías que son el objeto del comercio especial, mas las mercancías extranjeras que no hacen más que transitar por territorio francés ó que son transbordadas en puertos franceses, con destino al extranjero; las mercancías extraídas de los depósitos para la reexportación, y en fin, las mercancías que habiendo sido admitidas temporalmente en franquicia, son reexportadas después de alguna manipulación para apurar los rendimientos.

El *comercio especial de exportación* comprende: 1.º, la totalidad de las mercancías nacionales exportadas y las mercancías de origen extranjero que, habiendo sido admitidas en

franquicia ó nacionalizadas por el pago de derechos, y encontrándose, por consiguiente, en el mercado libre del interior, son enviadas de nuevo al extranjero; 2.°, los azúcares exportados con data para las cuentas de la admisión temporal.

De ello se sigue, al contrario de lo que se ha dicho antes respecto á la comparación de los dos comercios de importación, que las cifras del comercio especial no pueden jamás en la exportación superar á las del comercio general.

Las mercancías en tránsito son las que, importadas del extranjero, son reexportadas sin modificación en su naturaleza ni en su cantidad. Se puede decir que el tránsito representa la diferencia entre el comercio general y el comercio especial. Pero de hecho esta palabra no se aplica á las mercancías reexpedidas directamente de los depósitos de los puertos (1).

El régimen del tránsito se aplica: 1.°, á las mercancías que entran por una frontera, por tierra ó por mar, para salir por otra frontera, directamente, *sans emprunt de la mer;* 2.°, á las mercancías que se dirigen por tierra de una oficina ó de un depósito de las fronteras ó del interior á otra oficina ó á otro depósito.

En los Estados Unidos y en España, las mercancías de tránsito no son comprendidas en el comercio general; en Italia, desde 1900, se excluyen también y solo son comprendidas las mercancías que están en depósito.

En la práctica, el tránsito no existe para las mercancías que están exentas de derechos, pues el importador no tiene interés alguno en solicitar el *dráwback.*

Estas mercancías entran en el comercio especial, y el algodón en lana figura en las exportaciones de los productos nacionales de Bélgica y de Francia.

---

(1) Tránsito. *Dictionaire du Commerce.*

La nota preliminar del estado del comercio belga, dice:

Ocurre con frecuencia, que para sustraerse á las formalidades inherentes al tránsito, el comercio declara para el consumo las mercancías libres, sin perjuicio de declararlas ulteriormente para la exportación. De ello resulta que la cifra del comercio especial, tanto en la importación como en la exportación es frecuentemente engrosada con detrimento de la cifra del tránsito. Así, por ejemplo, los granos, excepto la avena, las pieles sin curtir, las materias animales no manipuladas, las resinas y otras mercancías libres de derechos de entrada, destinadas al tránsito, se declaran primero para el consumo y en seguida para la exportación. La aduana se ve obligada á aumentar esas mercancías al comercio especial, cuando no tiene la prueba ó la convicción de que deben ser expedidas en tránsito.

En Bélgica, desde 1852 á 1910, las cantidades de algodón en bruto declaradas para la exportación eran deducidas del comercio especial, tanto de importación como de exportación, para ser trasladadas al movimiento de tránsito; á partir de 1911, se ha dejado de verificar esas deducciones.

COMERCIO ESPECIAL

Entradas.....	126.311.000 kilos.
Salidas.....	55.313.700 »

En Francia no operamos por deducción.

En los cuadros de las aduanas podemos ver:

	1910	1911	1912
	(En millones de francos).		
Algodón en balas.....	172'7	120'3	128'2
Caoutchouc y gutapercha.	236'5	156'8	167'0
Cobre.....	35'8	38'1	50'3

Estos productos exóticos aumentan la cifra de las exportaciones nacionales.

§ 2.—En materia de aduanas, el depósito es un local en que el comercio está autorizado para almacenar temporalmente las mercancías importadas, de las cuales no quiere ó no puede deshacerse en el momento, y que tiene la facultad de reexportar en franquicia ó de las que puede no pagar los derechos hasta el momento en que sean libradas al consumo interior.

El depósito permite al comerciante tener á su disposición mercancías, sin pagar los derechos de aduanas con que estén gravadas. Colbert ensayó en 1664 el establecimiento de depósitos que fueron organizados por la ordenanza de 1687; pero la Arrendataria consideraba que le reportaban perjuicios y desde el 9 de Marzo de 1688 tuvo un decreto del consejo que los suprimía.

En 1791 fué autorizado el depósito para ciertas mercancías, y la ley de 8 del floreal de 1803, permitió el de las mercancías coloniales y extranjeras no prohibidas, los tabacos exóticos en hojas, y en ciertos puertos las mercancías prohibidas, llamadas de trata de negros, destinadas al Senegal y á la costa de Africa.

Las leyes de 9 y 27 de Febrero de 1832, completaron este sistema abriendo los depósitos á las mercancías prohibidas sin excepción, y autorizando la segunda á las ciudades del interior y de las fronteras de tierra para establecer también depósitos.

Existen dos clases de depósito:

1.° El depósito real, que es un almacén especial cerrado con dos llaves, de las cuales una está en poder del comercio encargado de conservar y mantener el almacén, y la otra en poder de la aduana, para que las mercancías garanticen los derechos.

2.° El depósito ficticio, llamado así porque las mercancías se dejan á disposición de los comerciantes en almacenes de su pertenencia y de los cuales la aduana no tiene llaves. El depositario debe remitir á la aduana el compromiso garantizado de permitir toda requisa ó inspección de las mercancías y reexportar éstas ó pagar los derechos antes del término fijado para la duración del depósito ficticio.

El depósito ficticio solo está autorizado para determinados productos, en tanto que en los depósitos reales se admiten todos.

Hay además en ciertos puertos de la Mancha depósitos especiales, privativos para ciertas mercancías ó para ciertas operaciones, destinados al aguardiente de granos llamado ginebra y el de pasas de Corinto, y el té.

¡Otras veces eran destinados á fomentar el contrabando inglés!

Los depósitos reales están establecidos en casi todos los puertos; también los hay en un cierto número de ciudades del interior. Pero entre los que han sido concedidos, los hay que no han llegado á constituirse ó que han cesado de funcionar.

En el interior de los almacenes del depósito está prohibido todo desembalaje de mercancías, toda mezcla ó simple transvase, toda división ó revisión de

fardos, sin la autorización del jefe de la aduana.

§ 3.—La admisión temporal es un régimen particular que concede franquicia de derechos de aduanas y de depósito ó de origen á las mercancías extranjeras destinadas á ser objeto de alguna manipulación para su perfeccionamiento ó á ser fabricadas en Francia, con la condición de ser inmediatamente reexportadas ó integradas á los depósitos en un plazo determinado (1). Este régimen ha sido introducido en nuestra legislación por la ley de 5 de Julio de 1836. Según los términos de esta ley, el importador de un producto extranjero para transformarlo en sus talleres debe obligarse á reexportar ó constituir en un depósito de aduana, en un plazo de seis meses, el producto transformado ó fabricado. La ejecución de este compromiso está garantida por una fianza. En el caso en que la reexportación ó la integración al depósito no se realizase en el plazo determinado, el comprometido está obligado al pago de una multa igual al cuádruple de los derechos que corresponden á los objetos importados. O también, el obligado podrá ser exceptuado del beneficio de dicha ley, si contraviene á sus disposiciones.

Pero el plazo puede ser prorrogado á título excepcional y á instancia del interesado, cuando se prueba la imposibilidad, por fuerza mayor, de cumplir á tiempo el compromiso. Las primeras materias deben destinarse siempre á aquello para que fueron admitidas. Si fuera permitido á un importador pagar los

(1) *Dictionaire du Commerce*, artículo *Admision temporaire*, por M. G. Pallain.

derechos de entrada varios meses después de haber dispuesto de la mercancía, aprovecharíase en perjuicio del Estado y de las industrias rivales del interés del importe de los derechos.

El artículo 5.º de la ley de 5 de Julio de 1836, autorizaba al gobierno para conceder la admisión temporal; pero el artículo 13 de la ley de 11 de Enero de 1892, estipuló que este régimen no podía ser concedido á una industria más que en virtud de una ley, previo informe del Comité Consultivo de Artes y manufacturas.

Sin embargo, el gobierno puede conceder autorizaciones de admisión temporal para objetos á reparar, para ensayos experimentales, para las demandas de introducción que ofrecen un carácter individual y excepcional no susceptible de ser generalizado, y para la introducción de sacos que han de ser envasados.

El artículo 13 de la ley de 1.º de Enero de 1892, modificado, contiene la lista de los productos á que beneficia la admisión temporal. Héla aquí como estaba constituída en 1907:

Azúcares destinados á la refinería y á la fabricación de bombones, frutas, confites, etc.—metales — trigo — cereales (véase la ley de 4 de Febrero 1902)—bromo—cacao y azúcar destinados á la fabricación del chocolate—sombreros de paja —clorato de potasa—crespones de China lisos—cilindros en cobre para el grabado—gasolina—hierro laminado y trabajos en hierro y galvanizados—hilos llamados de carey para la fabricación de cuerdas y bramantes—hilos de *shappe* y sedas hiladas — raíz de rubia—clavos (puntas y garzas) — granos oleaginosos y almendras de coco y copra—aceites brutos de granos gruesos—aceite bruto de oliva—aceite de palma—iodo

corcho en bruto—cebada—planchas de pino y abeto—plomo en masas brutas ó en galápagos—potasa y carbonato de potasa—arroz en grano ó en paja—sebo bruto—tártaro bruto ó en cristales colorados—tejidos de borra de seda, de seda mezclada, seda cruda, de lana, de lino ó de cáñamo—zinc en bruto ó en galápagos—cuerpos de relojes para montadores de cajas—máquinas de relojes para escapes de áncora—tejidos de seda pura destinados á ser teñidos, imprimidos, aprestados ó estampados—peleterías en bruto para aprestar y lustrar—pieles de guantes para teñir—hilos de pelo de cabra para la fabricación de los terciopelos de Utrecht ó para la tintura—ribetes de borra de seda para la tintura—cajas de relojes para decorar, grabar ó dorar—cobre y fieltro para el duelaje de los navíos—piezas de máquinas para reparar—minerales de cobalto para la preparación de óxidos—glicerina en bruto para refinería—jugo de limón para fabricar ácido cítrico—fieltros de lana para teñir é imprimir—guantes para bordar—lentes de anteojo para montar—cascos de sombreros de fieltro para teñir—escarola seca—almendras y nueces en cáscaras ó mondadas—tés ó mixtificaciones de té para la fabricación de la cafeína (ley de 8 de Mayo de 1906)—aceites brutos de petróleo, de esquistos y otros aceites minerales brutos (ley de 30 de Junio de 1893)—cebada y maíz en granos para la producción de glucosas maceradas y ambaradas (ley de 31 de Marzo de 1896)—melazas para la destilación (ley de 14 de Julio de 1897)—hilos retorcidos de lana, núm. 32 inglés, de 36 á 36.400 metros en kilo (ley de 2 de Diciembre de 1897).

La admisión de los azúcares destinados á la refinería, está subordinada á condiciones distintas de las que conciernen á las demás mercancías.

Las leyes de 7 de Mayo de 1864 y de 7 de Abril de 1897 han concedido la facultad de admisión temporal:

1.° A los azúcares no refinados de las colonias francesas.

2.° A los azúcares extranjeros no refinados, importados directamente de un país fuera de Europa;

3.° A los azúcares brutos de remolacha producidos en Francia.

Se cargan en cuenta por la cantidad de azúcar refinado que se calcula pueden suministrar. El plazo para el término de las admisiones es de dos meses.

En tanto que los objetos importados en admisión temporal no se tienen en cuenta en el comercio especial de importación ni de exportación, los azúcares sometidos á ese régimen son registrados en el comercio especial.

§ 4.—En 1883, una veintena de diputados se percataron de que Francia estaba inundada de productos extranjeros, y presentaron una proposición de ley, precedida de una exposición de los motivos y fundamentos de aquélla, en los cuales habían adicionado las cifras del comercio general y del comercio especial. Esta confusión se debe al doble empleo de las cifras repetidas dos veces. Así, para 1907, tenemos:

	Comercio especial.	Comercio general.
Importación....	7.874.600.000 frs.	6.223.000.000 frs.
Exportación....	7.256.100.000 »	5.596.100.000 »

Pouyer-Quertier decía de estas mercancías, que entraban en depósito y salían después:—Un amigo entra en una casa y sale, ya son dos amigos.

§ 5.—En Inglaterra se registran todas las importaciones, y de las exportaciones se hacen dos cuentas: una, de los productos británicos, y otra, de los productos extranjeros.

El comercio inglés se divide en tres capítulos:

1.° *Imports from any country or colony.* 2.° *Exports of british products*. Este es el comercio especial. 3.° *Exports of foreign and colonial merchandises.* Este es el comercio general.

He aquí cómo se establece el comercio inglés en 1912:

	Millones de libras.	Millones de francos.
Importaciones.....	745	18.600
Exportaciones de productos británicos.....	487	12.200
Exportaciones de productos extranjeros y coloniales.....	112	2 800

Deduciendo las exportaciones de los productos extranjeros y coloniales, tenemos 633 millones de libras (15.800 millones de francos) de importación en el comercio especial.

Si se aplicase este sistema al comercio francés de 1911, se tendría:

	Millones de francos.
Importaciones....	9.810
Exportaciones de productos franceses ó afrancesados...	6.076
Reexportaciones.....	3.734

Hay, sin embargo, una diferencia entre la manera en que están establecidas las cifras del comercio inglés y como he establecido yo las del comercio francés; las mercancías que en el Reino Unido entran en depósito para el transbordo, no se tienen en cuenta.

CAPÍTULO IV

LAS NOMENCLATURAS ADUANERAS

Clasificación por la importancia; el aceite de pescado.—Ensayos de unificación. Sir Alfred Bateman.—Modificaciones desde 1900.—Austria Hungría.—La mercería en el Cuadro belga.—La pastelería y las drogas en Holanda.—Nomenclatura en Francia.—En Alemania.—En Austria-Hungría.—En el Reino Unido.—En Suiza.—La ley de 1.º de Julio de 1906, en los Estados Unidos.—Los paquetes postales.—Dificultades.—Proposición de un talón de conducción estadístico.—Opiniones de los Congresos de las Cámaras de Comercio.—Una importuna importación: *Positions*.

La comparación del comercio de los diversos países es muy difícil, porque las mercancías no están clasificadas en categorías idénticas. Las mercancías más importantes para un país no lo son para otro.

En la sesión de 1895 del Instituto internacional Estadístico, una Comisión trataba de uniformar las diversas categorías y clasificarlas según su importancia. El secretario colocó en primer lugar el aceite de pescado.

Sir Alfredo Bateman, antiguo y eminente inspector del *Board of trade for the commercial department* ha intentado unificar la clasificación de las mercancías

para los principales países desde 1883 (1). En 1905 dió cuenta en la sesión del Instituto internacional Estadístico, de un trabajo tan completo como es posible, del que me serviré para el estudio del comercio comparado. En el Congreso de la Reglamentación aduanera celebrado en París en 1900, M. Moucheron, jefe de la oficina de la Estadística de Aduanas en Francia, había hecho un cuadro de las diversas clasificaciones y procedimientos de evaluación de los diversos países. Después se han modificado estas clasificaciones.

En Francia, hasta 1882, el *Cuadro general* contenía un artículo *mercería:* las diversas mercancías comprendidas en él, han sido separadas en los artículos que ahora existen: *tornería, juguetería, cepillería, trabajos en metales, artículos diversos de la industria parisién,* que en parte han tomado nuevas designaciones, *gafas, anteojos, gemelos de teatro, abanicos y bolsos de mano.*

Austria-Hungría ha creado el grupo de máquinas eléctricas, pero ha suprimido el de mercería. La tarifa aduanera belga no comprende bajo este último epígrafe más que las cerillas; pero la quincallería comprende 146 objetos diversos. Holanda registra como pastelería todas las conservas en cajas, carne, caza, champignons, etc.; como drogas, el caoutchouc y las esponjas de tocador; como municiones, los arreos y colas de muebles.

---

(1) Instituto internacional de Estadística, 1.er livraison 1899.—*British and foreign trade and industrial Condition. Board of trade, 1903.*—Sesión de 1905.

En Francia, las mercancías están agrupadas en los resúmenes generales en tres grupos, llevando cada uno de éstos un signo distintivo:

Artículos de alimentación..... *
Materias necesarias á la industria..... ..... ⌐
Objetos fabricados..... .... o

Las mercancías registradas tanto en la tarifa aduanera como en el cuadro general del comercio y de la navegación, siguiendo las especificaciones de la nomenclatura, se distribuyen en cuatro grandes secciones, á saber:

Materias animales, materias vegetales, materias minerales y productos fabricados. Cada una de estas secciones se subdivide en un cierto número de capítulos:

Materias animales: Animales vivos; productos y despojos de animales; pescados; substancias propias para la medicina y para la perfumería; materias duras para tallar.

Materias vegetales: Harinas alimenticias: frutos y granos; géneros coloniales de consumo: aceites y jugos vegetales; especies medicinales; maderas ordinarias; maderas exóticas; frutos, tallos y filamentos para obrar; tinturas y tano; productos y desperdicios diversos; bebidas.

Materias minerales: Piedras, tierras y combustibles minerales; metales.

Productos fabricados: Productos químicos; tinturas preparadas; colores; composiciones diversas; loza, vidrios y cristales; hilados; tejidos; vestidos y lencería; papel y sus aplicaciones; pieles y peleterías labradas; joyería, relojería y trabajos en metales; armas, pólvoras y municiones; muebles y trabajos en madera; instrumentos de música; trabajos de esparto, de cestería y cordelería; trabajos en materias diversas.

Por último, los *paquetes postales.*

El Cuadro de la estadística aduanera comprende 1.313 números á la importación y 1.302 á la exportación, incluídos en ellos los metales preciosos.

Rusia ha adoptado el sistema de nomenclatura francés.

Alemania ha establecido tres divisiones casi idénticas á las de Francia: productos alimenticios y animales vivos; materias necesarias á la industria, productos manufacturados. Como en la tarifa aduanera estas tres secciones se subdividen en 19 clases, comprendiendo 946 números (ley aduanera de 25 de Diciembre de 1902).

La estadística de Austria-Hungría comprende tres grupos: 1.°, materias brutas: a), productos alimenticios, b), productos de la agricultura y materias primas para las industrias textiles, de madera y otras; c), productos de minas y de las industrias metalúrgicas; 2.°, productos parcialmente manufacturados; 3.°, productos manufacturados. Estos tres grupos se subdividen en 51 clases.

El gobierno británico ha dividido las importaciones y exportaciones en cuatro grupos:

En Inglaterra, desde el *Annual Statement* de 1903, se ha ensayado clasificar las importaciones y exportaciones por grupos idénticos: 1.°, artículos de alimentación, bebidas y tabaco; 2.°, primeras materias y materias derivadas; 3.°, objetos fabricados; 4.°, diversos. Este último comprende los *paquetes postales*.

La ley federal suiza de 10 de Octubre de 1902, divide la tarifa general de aduanas, que comprende 1.165 números, en quince categorías.

La nueva tarifa aduanera española de 23 de Junio de 1906, comprende catorce clases de productos.

El 1.° de Julio de 1906, las clasificaciones del co-

mercio exterior de los Estados Unidos, fueron completamente modificadas. La clasificación de las exportaciones había sido hecha en 1870, y la de las importaciones en 1886, no concordaban.

En 1906 se han unificado, fijándose así la clasificación actual:

1.° Productos alimenticios al estado natural y animales destinados al consumo.—2.° Productos alimenticios parcial ó totalmente preparados.—3.° Primeras materias destinadas á ser manufacturadas.—4.° Productos fabricados destinados á nuevas elaboraciones.—5.° Productos fabricados propios para el consumo.—6.° Diversos.

Las dificultades que ya existían han sido complicadas por los paquetes postales, instituídos en virtud del convenio de la Unión Postal Universal celebrado en Washington el 15 de Junio de 1897 y puesto en vigor desde 1.° de Junio de 1899.

El correo debe asegurar el envío de estos paquetes á los destinatarios.

En Alemania, la estadística aduanera no distingue los paquetes postales de los envíos ordinarios de mensajería; en Inglaterra, el número de paquetes postales y su valor total se publican en las estadísticas aduaneras, bajo el epígrafe: *Colis postaux*; en Austria-Hungría, España, Italia, los Países Bajos y Suiza, no se establece estadística especial para los paquetes postales.

En Francia, las mercancías expedidas del extranjero bajo el régimen de los paquetes postales, y presentadas para el consumo, son objeto de declaraciones de detalle con el mismo título que todos los demás productos importados del extranjero; pero desde 1.° de Julio de 1899, la aduana agrupa en sus estadísticas de importación por país de origen, en un solo artículo y bajo la triple indicación del peso, número y valor de-

clarado, todos los paquetes postales exentos, y los que se consideran sin carácter de operaciones comerciales no pagan un derecho superior á tres francos.

En cuanto á los paquetes postales que no hacen más que transitar, las declaraciones de que son acompañados no presentan generalmente las indicaciones suficientes para permitir una clasificación, según la naturaleza y la especie de las mercancías que contienen. Lo mismo ocurre con los paquetes de procedencia francesa, destinados al extranjero. En estas condiciones y con objeto de conciliar á la vez la exactitud de las declaraciones comerciales con las facilidades que exigen estas operaciones, se ha reglamentado que los paquetes postales de tránsito y los exportados de Francia al extranjero, serán reseñados en *peso* y en *número*, bajo el epígrafe especial *Colis postaux*, los primeros en el comercio general de entrada y salida; los segundos en el comercio general y especial de salida, siempre que el servicio no pueda determinar exactamente la clasificación de las mercancías que encierra.

Solo se exceptúan los paquetes postales que contienen tejidos de seda ó de borra de seda. Desde 1904, á instancia de la Cámara de Comercio de Lyon, son manifestados bajo un epígrafe distinto.

En Bélgica, todos los paquetes postales indistintamente, aún los que contienen muestras sin valor, son objeto de una estadística especial, conforme á una decisión ministerial de 15 de Diciembre de 1900.

La estadística de *paquetes postales* comprende:

1.° Un cuadro en que se consigna, por especie de mercancías, el número, peso neto y valor de los paquetes postales, importados, exportados ó de tránsito.

2.° Un cuadro en que se consigna, por país de procedencia ó por país de destino, el número, peso neto y valor de los paquetes importados, exportados ó de tránsito.

En el Congreso de Mons (1905), M. R. Campen, director de aduanas de Bélgica, propuso la creación de un «talón de conducción estadístico», al que tuvo la torpeza de llamar boletín estadístico. «Este boletín, decía él, destinado á acompañar los transportes, serviría eficazmente para registrar, tanto en los países expendedores como en los destinatarios y en los transitados, las declaraciones de los importadores y exportadores que suministrasen los elementos necesarios para la redacción de los documentos estadísticos.»

La dificultad estará en el punto de partida; ¿cómo establecerlo? Si hay divergencia entre el aduanero y el remitente, sobre la designación de la mercancía, ¿quién solventará la diferencia? ¿Por qué esta diferencia que no tiene un interés fiscal?, y el remitente ¿va á sujetarse á nuevas obligaciones?

Los delegados de las Cámaras de Comercio y de las Asociaciones industriales y comerciales, reunidos en Milán, en el Congreso internacional de 1906, emitieron una opinión en favor «de una *entente* internacional para la clasificación uniforme de los productos» en las estadísticas aduaneras.

M. E. Allard, presidente de la Cámara de Comercio belga, en París, ha presentado una Memoria muy completa sobre esta cuestión en el Congreso de Praga de 1908.

Pide una estadística uniforme de todos los países y una clasificación idéntica de los productos gravados. Pero ¿por qué no de los productos exentos?

Bajo el título pretencioso de «lengua aduanera universal», pide «la designación de una manera idéntica

por la administración de aduanas de cada país, de lo que realmente es un artículo idéntico».

M. Charles Legrand, de la Cámara de Comercio de París, ha tratado la misma cuestión en el Congreso de Praga. M. R. Kobatsch, aunque profesor en la Academia Consular de Viena, ignora que *l'Institut international de Statistique,* se ocupa desde largo tiempo de estas cuestiones. Se ha preconizado la redacción de un vocabulario de denominaciones uniformes para todas las mercancías importadas ó exportadas. *L'Institut international de Statistique*, prepara en este momento un vocabulario de estadística, en que se comprenderán ciertamente las mercancías contenidas en las nomenclaturas de las tarifas y de las tablas de aduana.

A pesar de su odio á toda importación, los proteccionistas han importado una expresión que no es francesa. Dicen que hace falta crear en la tarifa general ciertas *positions speciales.*

Estas *positions* se aplicarían á especialidades extranjeras; ellas constituirían un artículo ó una subdivisión de un artículo y no serían anotadas en la tarifa mínima. ¿Es que estas *positions speciales* y *des positions* se pueden aplicar como cataplasmas?

La palabra «*position*» tiene un sentido preciso en el vocabulario francés, y no puede ser retorcido bajo esta influencia germánica. Un número, un artículo, no son *des positions,* son términos de clasificación; y los proteccionistas deben dar el ejemplo de no importar gratuitamente tan absurdas expresiones.

CAPITULO V

UN EJEMPLO DE CONTRADICCIONES EN LAS CIFRAS DE ADUANAS

Contradicción entre las cifras de la Aduana belga y las de la Aduana francesa.

He aquí un ejemplo que prueba la incertidumbre de las cifras de las aduanas. Se trata de cifras suministradas por Francia y por Bélgica, y las cifras establecidas por las administraciones de estos dos países son las que pueden inspirar más confianza.

Sin embargo, he aquí las contradicciones que encuentro entre ellas, en el año 1903:

COMERCIO GENERAL

	Cifras francesas.		Cifras belgas.	
	Millares de toneladas.	Millares de francos.	Millares de toneladas.	Millares de francos.
Importaciones en Francia.....	7 410	938.000	7.445	643.589
Exportaciones de Francia.....	2.730	647.000	3 137	814.566

COMERCIO ESPECIAL

	Cifras francesas.		Cifras belgas.	
	Millares de toneladas.	Millares de francos.	Millares de toneladas.	Millares de francos.
Importaciones en Francia	»	299.180	6.773	393.074
Exportaciones de Francia.....	»	566.166	2.496	412.302

La comparación de estas cifras nos muestra que mientras Bélgica evalúa en más de 393 millones las mercancías del comercio especial enviadas á Francia, la aduana francesa no reconoce de origen belga más que por 299 millones, ó sea una diferencia de 94 millones ó de un 23 por 100 de menos. Para las exportaciones de Francia á Bélgica, encontramos que las cifras francesas las elevan á 566 millones, las belgas sólo á 412 millones, ó sea 154 millones ó un 27 por 100 de menos.

La diferencia se produce en los dos casos del lado del país exportador; lo que prueba que ciertas mercancías enviadas de Francia á Bélgica ó de Bélgica á Francia, á título de comercio especial no hacen en realidad más que transitar.

Esta explicación está confirmada por los totales que indican las exportaciones de Francia á Bélgica:

	En millones de francos.	
	Cifras francesas.	Cifras belgas.
Comercio general.....	647	814,5
Comercio especial.....	566	412,3
	1.213	1.266,8

El total es casi el mismo; solamente la aduana francesa ha consignado en el Comercio especial 154 millones que la aduana belga ha incluído en el comercio general.

Pero si hacemos el mismo trabajo para las exportaciones de Bélgica á Francia, encontramos:

	En millones de francos.	
	Cifras belgas.	Cifras francesas.
Comercio general.....	643,5	538,0
Comercio especial.....	393,0	299,1
	1.036,5	657,1

Aquí tenemos entre las dos evaluaciones una diferencia de 379 millones, ó sea un 36 por 100. Estas cifras muestran cuánta inseguridad hay en ellas, aun en los países en que las estadísticas de aduanas son mejor llevadas, y cuán prudentes deben andar los que quieren obtener argumentos de ellas.

En 1911, encontramos solamente para el comercio especial:

	Millones de francos.
Cifras belgas de exportaciones	695,0
Cifras francesas de importaciones.....	542,6
Diferencia.....	152,4
Cifras francesas de exportaciones.....	1.024,3
Cifras belgas de importaciones.....	651,3
Diferencia.....	373,0

CAPÍTULO VI

LOS DOCUMENTOS Á CONSULTAR SOBRE EL COMERCIO INTERNACIONAL

§ 1.—Los documentos estadísticos de la Administración de las Aduanas.—*Le Tableau général du commerce et de la navegation.*—Críticas.—Confusión de pesos brutos y netos.—El peso bruto y el peso neto de los vestidos.—El peso bruto y el peso neto de las perlas finas.—Los útiles en hierro.—Necesidad de indicar la tara fijada por la Comisión de los valores de aduanas.

§ 2.—Documentos del Reino Unido.—Documentos americanos.—Documentos alemanes.—*Tableau général du commerce de la Belgique.*

Los documentos á que se puede recurrir para darse cuenta del comercio de Francia, son cuatro:

1.° *Le tableau général du commerce et de la navegation:* dos grandes volúmenes en folio. Comienza por el cuadro de los miembros de la Comisión de Valores de Aduana.

El primer volumen comprende:

1.° Resumen analítico.

2.° Cuadro analítico de las tasas medias de evaluación por la Comisión permanente para el año á que se refiere y el precedente.

3.° Resumen por países de procedencia y de destino.

En él se encuentran separadas la Gran Bretaña é Irlanda; esta última está colocada delante de aquella. Francia ha exportado á Irlanda, en 1907, por valor de 1.592.000 francos y á la Gran Bretaña, por 1.386.500.000. ¿Es que esta distinción es útil? ¿Por qué no poner en el resumen: Reino Unido? ¿Es que la administración de aduanas cree que Irlanda goza de un *Home rule* aduanero?

Antes se comprendía en el comercio de la Gran Bretaña el de las posesiones británicas en el Mediterráneo. Ahora, con razón, se da separado.

Bien; ¿pero por qué dejar al lector la obligación de hacer el total del comercio de Gran Bretaña é Irlanda?

Yo querría saber también qué método se ha seguido para la ordenación de los diversos países. ¿Por qué se comienza por Rusia?

4.° *Cuentas de cada país.* La separación de la Gran Bretaña y de Irlanda continúa.

5.° Cuentas especiales relativas al movimiento de las mercancías para cada una de las principales aduanas de Francia.

6.° Estado de desarrollo por naturaleza de productos. Importaciones y exportaciones.

Materias animales, materias vegetales, materias minerales, fabricaciones.

7.° Estados de tejidos de algodón exportados con beneficio de reembolso en caso de adversidad. Admisiones temporales.

8.° Depósito, reservas.

9.° Tránsito.

10.° Pesca del bacalao y del arenque.

11.° Cuadro del comercio de la Córcega. Sin embargo,

está comprendido, como el de las demás islas del litoral, en el total de Francia.

12.° Cuadro del comercio de Argelia. Repertorio alfabético.

El segundo volumen comprende:

1.° El movimiento de la navegación internacional.
2.° El movimiento del cabotaje francés.
3.° La situación del efectivo de la marina francesa.

Contiene además resúmenes analíticos muy interesantes sobre el estado técnico y la situación marítima, comercial é industrial de los principales puertos franceses y argelinos.

2.° El Ministerio del Comercio y de la Industria publica en los *Annales du commerce exterieur* las modificaciones de tarifas, los convenios y tratados de comercio de las diversas naciones. Publica, además, cada año, bajo el capítulo de hechos comerciales, una *Situation commerciale de la France; exposé comparatif pour la derniere pèriode decennale.* El fascículo publicado en 1908 comprende los años de 1897 á 1906 y las cifras previsoras referentes al año 1907. Contiene las tasas de evaluación de las principales mercancías importadas y exportadas desde 1892 á 1906. Da las cantidades y los valores de las principales mercancías importadas y exportadas durante los diez últimos años, por naturaleza de productos y por país de procedencia y de destino. Es un documento muy útil; pero yo he encontrado en él á veces divergencias con el *Tableau général du commerce.*

3.° El mismo Ministerio del Comercio publica en los *Annales du commerce exterieur* un fascículo conteniendo las Memorias generales de la Comisión de Va-

lores de Aduanas, cuyo estudio es indispensable para completar los conocimientos que da el *Tableau général du commerce.*

4.° En los *Documents statistiques, reunis par l'administration des douanes sur le commerce de la France* publicados mensualmente, se encuentran resúmenes comparativos en peso y en valor de las mercancías importadas y exportadas, mes por mes, durante el año corriente y los dos precedentes; pero los precios son para los tres primeros meses los del penúltimo año y para los nueve meses restantes los del año anterior. En el anverso se encuentran los valores y al reverso las cantidades. En el resumen del *Tableau général du commerce*, hay que buscar los cuadros formados de igual manera (en 1907, pág. 165) después de las cuentas especiales por países de procedencia y de destino, después de las cuentas especiales de cada una de las principales aduanas, pero antes del estado de desarrollo de las importaciones y exportaciones. ¿Por qué?

¿Por qué en este resumen los hilos de lana, lino y algodón están colocados bajo la misma denominación? ¿Por qué ocurre lo mismo con los tejidos? ¿Por qué se encuentra la expresión *harinas alimenticias* en vez de cereales, granos y harinas, que se encuentra en el resumen por especies de mercancías? (páginas 59 y 63).

¿Por qué en estas últimas páginas las cantidades quedan en blanco y se dan después en las páginas 165 y 170?

En su *estado de desarrollo*, el *Tableau général du*

commerce, tan pronto establece como nó los totales de las importaciones y de las exportaciones de los artículos que forman parte de la misma clase de mercancías.

Para un mismo artículo, da la distribución de las cantidades en los principales países, pero no da más que el total de los valores para el artículo. Si el lector quiere conocer el valor de una mercancía importada en un país ó exportada de tal otro, ha de tomar la cantidad y la tasa de evaluación y multiplicar una por otra, haciendo él mismo la operación que debe encontrar hecha.

¿Por qué los epígrafes de los *Documents statistiques* y del *Tableau général du commerce* no son idénticos? En el resumen (pág. 67) de este último para 1911, se encuentra:

	Toneladas.	Valor en millones de francos.
Maderas comunes	»	170,9
En los *Documents statistiques:*		
Maderas para construcción.....	1.413.500	139,7

¿Por qué estas distinciones entre dos documentos cuyos resúmenes deben corresponderse?

Una nota colocada en la página 3 de los *Documents statistiques* previene que:

Las mercancías exentas de derecho ó tasadas en 10 francos hasta 100 kilogramos son consignadas según el peso bruto resultante de las comprobaciones del servicio de aduanas ó de las declaraciones hechas por el comercio. Aquellas que es-

tán gravadas por la tarifa con más de 10 francos los 100 kilos, aparecen con el peso neto. En la exportación sólo se consigna el peso bruto.

En el *Tableau annuel* están indicados el *peso bruto* y el *peso neto* para las mercancías exportadas, así como para aquellas que, á la importación, están consignadas con el peso bruto en los documentos mensuales. Respecto á estas mercancías se hace aplicación de las taras determinadas por la Comisión permanente de Valores de Aduanas.

Pero, puesto que se establecen los valores según las apreciaciones del año precedente, ¿no se podría emplear taras, fijadas también por el año precedente?

En el detalle, de los *Documents statistiques* publicados por la Administración de aduanas, bajo el epígrafe lencerías, se encuentra á la exportación, como pesos:

	Quintales.	Valor en millones de francos.
1910.....	16.976	28.324
1911.....	16.187	27.393
1912.....	26.320	60.803

En el *Tableau général du commerce et de la navegation* se encuentra para 1911, 8.903 quintales; pero el valor se ha elevado á 37.392.000 francos.

Esta diferencia proviene de que los *Documents statistiques* dan el peso bruto y el *Tableau général du commerce*, el peso neto.

Pero para los vestidos de seda confeccionados para señoras no hay peso bruto; no hay más que el peso neto, 44.021 kilos, en 1911. Sin embargo, tienen embalaje como los demás vestidos. El peso bruto

reaparece para los vestidos de otros tejidos, confeccionados también para señoras, siendo de 1.608.870 y el peso neto de 1.126.209 kilos. El embalaje, pues, no forma parte del peso de los vestidos confeccionados en paño ó en algodón; sólo forma parte del de los confeccionados en seda.

El *Tableau général du commerce* de Francia (1911) presenta de la manera siguiente el peso bruto y el peso neto:

IMPORTACIONES

Comercio general

Cantidades importadas en hectogramos.

	En buques.		Por tierra.	Total.
	Franceses.	Extranjeros	—	
Perlas finas...	1883	3	1.359	3.245

Se deduce que estos 3.245 hectogramos representan el peso de las perlas, que se reduce á 1.623 hectogramos en el comercio general.

En 1911 se tiene la misma cifra para el comercio especial.

Para las exportaciones se encuentra el mismo procedimiento.

Pero, ¿qué es lo que puede ser el peso bruto de una perla? ¿Es el peso que comprende el de la concha? ¿Es el que comprende el del saco?

El valor de la perla se calcula en 60 francos el gramo de peso neto.

He aquí las plumas artificiales; no hay más que pesos netos; pero para las plumas de adorno, se encuentran en la exportación (1911):

	Peso bruto. (Kilogramo).	Peso neto.
Plumas brutas....	616.626	493.301
Plumas preparadas.....	641.806	443.264

De ello resulta, pues, que los *Documents statistiques*, en contra de la nota, dan tan pronto el peso bruto como el peso neto, y como no se previene en cada artículo si se trata de peso neto ó de peso bruto, no se puede hacer uso de las cantidades que dan sin un previo detenido examen.

Valdría mucho más indicar la tara fijada por la Comisión de los Valores de Aduana, como se indica la tasa de evaluación y no dar más que el peso neto. El lector que quisiera conocer el pero bruto, agregaría la tara á aquél.

Esta tara continúa desconocida, á menos que no se reste peso neto del peso bruto, y sería sin embargo, muy útil conocerla.

§ 2.—En Inglaterra, la Administración de Aduanas publica todos los meses las entradas y salidas.

Todos los años publica el *Annual statement of Trade United Kingdom with foreign Cuntries and British possessions.* Mensualmente aparecen los *Acconts.*

De 1904 á 1910, añadió un tercer volumen que tenía por objeto dar los países de origen y de destino reales, cosa que hace directamente á partir de 1910.

Para los años anteriores á 1904 hay que consultar el *Statistical abstract.*

Todas las semanas aparece el *Board of trade journal.*

En los Estados Unidos, el *Bureau of statics* del *Departament of commerce and labour* publica mensualmente el *Monthly summary of commerce and finance.*

Este documento está notablemente hecho.

El fascículo del mes de Diciembre contiene el cuadro del comercio para el año solar, y el del mes de Junio el del año fiscal. Cuando se habla del comercio de los Estados Unidos, es preciso tener siempre cuidado de decir á cuál de estos dos años se refiere.

Para el comercio de Alemania se encuentran informaciones mensuales sobre la importación y la exportación (cantidades, origen, destino, valores previstos), en *Monatliche Nachweise über den auswärtigen Handel Deutschlands nach Mengen, Hekunfts und Bestimmungs lädern nebst vierteljährlichen Wertberechnungen (vorlänfigen).*

Cada diez días, el *Messager officiel de l'Empire*, publica noticias especiales concernientes á las importaciones y exportaciones, los stocks depósitos de aduanas y en el puerto franco de Amburgo, de cereales de América, de algodón, cáñamo, lino, yute, lana, hulla, lignito, minerales de hierro, petróleo, salitre de Chile, fundición, cobre, azúcar, etc.

Las publicaciones anuales llevan una tabla general detallada:

Importaciones y exportaciones por cantidades, valores, tránsito, depósito, admisiones temporales, producto de los derechos de aduanas, pesquerías marítimas.

La publicación más útil es el Anuario estadístico

para el Imperio alemán, editado por *l'Office imperial de Statistique:* comprende 388 páginas para Alemania y 79 para las estadísticas internacionales, con gráficos.

El comercio exterior forma el capítulo VII y el de 1907 ocupa las páginas de 123 á la 229.

Le Tableau général du Commerce, de Bélgica, es un modelo que me placería ver imitar en las demás naciones. Suele aparecer hacia el 15 de Junio. A la cabeza contiene observaciones preliminares que indican los datos sobre los cuales están hechos los cálculos de cantidades y de valores, las taras, las condiciones de la comprobación de los movimientos del numerario, la clasificación de las mercancías que aprovechan la admisión temporal, etc... Publica un resumen, presentando el conjunto del comercio de Bélgica en los países extranjeros desde 1831; un cuadro del mecanismo económico de Bélgica, con gráficos y cartas. Abriendo una página, en fin, se encuentra á la vez las importaciones y las exportaciones, el comercio especial y el comercio general, el tránsito, las cantidades y los valores con la tasa de evaluación. Todos cuantos se sirven de las tablas de comercio de diversos países, desean que todas las administraciones de aduanas sigan el ejemplo que da la de Bélgica.

CAPÍTULO VII

LOS DERECHOS DE ADUANAS, SUS TARIFAS Y SUS PRODUCTOS

Tres documentos.--1.º Tarifas de Aduanas.—2.º Observaciones de la administración de aduanas.—El más feliz de los aduaneros.—3.º Tabla general del comercio.—Insuficiencia de datos.—Relación entre el valor de los objetos importados y los derechos de aduanas percibidos.—El 50 por 100 de las importaciones están libres de derechos.—Derechos del 16 por 100 sobre la otra mitad de los objetos importados.—Necesidad de penetrar en el detalle: derechos de 44,8 por 100.—Numerosas percepciones ínfimas.

Para conocer los derechos de aduana en Francia, hay que recurrir á tres documentos:

1.º *Le Tableau des droits d'entrée et de sortie inscrits au tarif des donanes.* Cada aduanero tiene en su poder un ejemplar oficial.

Le Bottin publica todos los años la tarifa de aduanas.

2.º *Les Observations prèliminaires du tarif* forman el cuerpo de la legislación y de los reglamentos de la administración de las aduanas. Ellas indican al aduanero la aplicación que ha de hacer de la tarifa.

El infelíz ha de verse bastante perplejo en gran número de casos.

Todo aduanero francés, alemán, de cualquier país protegido, ha de envidiar á su colega inglés. Este no tiene para qué embrollarse entre 654 números con múltiples distinciones; no está obligado á tener una competencia enciclopédica para todos los objetos susceptibles de entrada; no está colocado entre las exigencias de los proteccionistas que quisieran que el aduanero lo obstruyese todo, y las reclamaciones de los importadores. Y el aduanero francés ha de agitarse é inquirir entre las mayores molestias, para percibir á la postre cantidades miserablemente ínfimas por la tasa de pequeños artículos, en tanto que su colega inglés recauda tranquilamente 34 millones de libras (850 millones de francos) sobre una docena de artículos.

Está siempre preocupado por el temor de falsas declaraciones, del contrabando, de cosas insecuestrables como los encajes.

El aduanero inglés puede practicar la economía del esfuerzo; percibir grandes cantidades con toda comodidad. Tal es el sueño del aduanero y he ahí, por qué todos los aduaneros son librecambistas. Desean una tarifa fiscal que se cobre fácilmente en vez de una tarifa protectora que le fastidie y fastidie al importador y lógicamente sin provecho alguno.

3.° *Le Tableau générale du commerce* proporciona datos muy insuficientes.

He aquí la única nota que pone bajo el título *Perceptions.*

Las percepciones de toda naturaleza, hechas por el servicio de aduanas, se elevan á francos:

En 1911	806.180.621
En 1910	615.699.137
Aumento en 1911	190.481.484

Le Tableau générale du commerce no da el producto de los derechos de importación, del derecho de estadística, de los derechos de navegación, etc.

Se limita á dar la diferencia de más ó de menos con el año precedente. ¿Por qué?

En 1911 los recargos de origen y de depósito han producido 2.543.000 francos, correspondientes á un peso de 65.000 toneladas. Estas cantidades son para tomadas en cuenta, pero insignificantes desde el punto de vista fiscal.

El lector ve la cifra total de las percepciones en 1911, 806 millones de francos y tiene el derecho de establecer la relación entre ella y el total de las importaciones, que son en dicho año 8.066 millones.

Y de ello deducirá que los derechos son un 9,97 por 100, en cifras redondas un 10 por 100.

Pero esta relación es inexacta porque hay que deducir de los 8.066 millones de la importación, las primeras materias y las mercancías coloniales que entran libres de derechos:

	Millones de francos.
Lanas en montón	628,2
Sedas y borra de seda	317,4
Algodón en masa	557,7
Pieles y peleterías en bruto	203,4
Caoutchouc y gutapercha	237,8
Minerales de todas clases	113,4
Lino	85,9
Yute	39,6
Plumas de adorno *no preparadas*	51,9
Fosfatos	23,8
Desperdicios de lana	44,7
Estaño en bruto	39,6
Cáñamo	24,5
Platino en bruto	56,4
Zinc	26,8
Maderas exóticas	22,3
Nácar de perla	34,3
Pasta de granos oleaginosos	22,8
Objetos de colección que no son de comercio	28,8
Azufre	27,5
	2.580,0

Además, Argelia ha enviado á Francia en 1911, vinos por valor de 221 millones de francos, 28.600.000 de cereales y 35 millones en ganado, que no pagan derechos de aduana. Cerca de 3.000 millones de francos de objetos importados están exentos de aquellos derechos, ó sea, en cifras redondas un 37 por 100 del total de las importaciones. Por consiguiente, los derechos de aduanas no son por término medio el 10 por 100 de aquéllas. Hay que aumentarle más de una tercera parte para el conjunto de las mercancías gravadas, y esta operación nos da un derecho medio de un 16 por 100 del valor de los objetos tarifados; pero

esta tasa no es uniforme. Entrando en el detalle, encontramos, por ejemplo:

	Valor en francos.	Derechos percibidos.	Tanto por 100.
Números 207 y 207 bis de la nomenclatura: Hierro y acero laminado ó forjado.....	1.769.295	815.641	45
Número 208: hierro ó acero en máquinas.....	738.656	300.085	40

Continuando este estudio, se encontraría, al mismo tiempo que un cierto número de derechos de una tasa verdaderamente prohibitiva, la cantidad de sumas ínfimas á que da lugar la multiplicidad de los números de la tarifa aduanera y la dificultad que de ello resulta para la recaudación.

Los mismos procedimientos permiten darse cuenta de las tarifas de aduanas en los países extranjeros.

CAPÍTULO VIII

LAS IMPORTACIONES Y LAS EXPORTACIONES SEGÚN LOS PRECIOS

Las cifras anuales y el volumen relativo.—Variaciones de los precios.—En Francia.—M. Levasseur.—*The Economist*.—Resultados para el comercio británico.

Comparando las cifras globales de las importaciones y de las exportaciones de distintos años, se advierte que los valores de unas y otras han aumentado ó disminuído, y, sin embargo, las cantidades de las mercancías importadas ó exportadas ofrécense en sentido contrario al que indican los valores, porque los precios de los artículos han podido aumentar ó disminuir.

M. Levasseur ha llamado, desde hace tiempo, la atención del público francés sobre ese punto, y ha hecho algunos trabajos de comparación con el auxilio de las cifras suministradas por la Comisión de valoraciones de aduanas.

Hasta 1896 no se percataron M. Méline y los proteccionistas de que era preciso comparar las cantidades y los valores.

Anualmente *the Economist* publica, en su intere-

sante *Commercial Review*, el cuadro del comercio inglés durante el año precedente, aplicando á los dos años los mismos precios.

En su número de 8 de Junio de 1913, *the Economist* ha publicado el siguiente cuadro del que sólo he reproducido las cifras de cinco en cinco años. El año 1880 está tomado como tipo de comparación.

CAMBIOS COMPARADOS

DE LOS VALORES Y DE LAS CANTIDADES DEL COMERCIO

	IMPORTACIÓN			EXPORTACIÓN		
	Valores	Cantidades.	Cambios en los precios por 100.	Valores	Cantidades.	Cambios en los precios por 100.
	—	—	—	—	—	—
1880.....	100	100	»	100	100	»
1883.....	100	110	— 3	107	117	— 4
1888.....	94	119	+ 3	104	132	+ 1
1893. ...	99	132	— 2,25	98	122	— 1,75
1898.....	125	168	+ 0,25	104	142	»
1903.....	132	184	+ 0,33	130	118	+ 1,25
1908.....	145	191	+ 4,50	169	189	— 3,25
1912.....	181	226	+ 2,00	220	220	+ 2,25

De 1880 á 1893 el precio desciende por bajo del de 1880 para las importaciones, y se mantiene igual para las exportaciones. La baja del precio de las importaciones reportó un beneficio enorme á la Gran Bretaña. Después se han elevado para las importaciones, pero también se han elevado mucho más aún para las exportaciones, favoreciendo á aquel país esta diferencia. El librecambio ha realizado para Inglaterra la vieja fórmula: *comprar barato y vender caro*. Los pro-

teccionistas, por el contrario, obligarían á sus compatriotas á comprar caro y como sus precios de reventa aumentarían otro tanto, la carestía de sus ventas no sería beneficiosa. Sería una carga que cerraría las salidas.

He aquí el cuadro del comercio británico, de 1912, con los precios de 1911, según *the Economist.*

	Millones de libras esterlinas.	
	1912	1911
Importaciones	744,9	731,9
Reexportaciones	111,9	110,8
Reservados para el consumo	633,0	621,1
Exportaciones de productos británicos	487,4	477,2
Diferencia sobre las importaciones.	145,6	143,9
Total	1.344,1	1.320,0

	Aumento ó disminución de los valores debido		Variaciones.
	á las cantidades.	á los precios.	
Importaciones	+ 51,8	+ 12,9	+ 64,7
Reexportaciones	+ 8,0	+ 1,0	+ 9,0
Reservados para consumo	+ 43,8	+ 11,8	+ 55,6
Exportaciones de productos británicos	+ 23,1	+ 10,1	+ 33,0
Diferencia sobre las importaciones	+ 20,7	+ 1,7	+ 22,3
Total	+ 82,9	+ 24,1	+ 107,1

Hay aumentos debidos á los precios y á las cantidades. En 1912, ha habido también disminución importante por los precios, en el caoutchout y en el algodón, pero la cantidad de algodón importada ha aumentado en un 30 por 100.

LIBRO VIII

El comercio exterior de Francia.

CAPÍTULO PRIMERO

EL COMERCIO GENERAL DE FRANCIA

§ 1.—Comercio general y comercio especial comparados por quinquenios.—Cantidades y valores, para los años 1905 á 1907.—Falta de concordancia

§ 2.—El movimiento de los depósitos.—Cantidades y valores.—Los cinco grandes depósitos.—Los siete productos que rebasan los 20 millones.

§ 3.—Las admisiones temporales.—Término medio de 1902 á 1906.—Los productos que los utilizan.—Cantidades y valores de poca importancia.—El 2,7 por 100 del comercio general de Francia.

He indicado las causas de error de las tablas del comercio exterior. Sin embargo, ellas dan referencias que podemos utilizar examinándolas con prudencia.

Recordemos que el comercio general comprende:

1.º Todas las mercancías entradas en Francia para el consumo y todas las mercancías de origen nacional ó nacionali-

zadas por su entrada en Francia, que forman el comercio especial.

2.° Todas las mercancías entradas ó salidas de los depósitos.

3.° Todas las mercancías en tránsito.

4.° Todos los productos recibidos en admisión temporal y reexportados.

La diferencia entre el comercio especial y el comercio general estriba en las mercancías comprendidas bajo estos tres últimos números.

He aquí, para los tres últimos quinquenios, el término medio anual del comercio general y del especial:

(En millones de francos).

	Comercio general.	Comercio especial.
	Importaciones.	
1897-1901	5.632,6	4.402,8
1902-1906	6.130,9	4.820,7
1907-1911	8.364,8	6.669,7
	Exportaciones.	
1897-1901	1.150,3	3.876,6
1902-1906	6.009,9	4.617,6
1907-1911	7.495,9	5.735,1
	Tablas de importaciones y exportaciones.	
1897-1901	10.782,2	8.279,4
1902-1906	12.140,0	9.438,5
1907-1911	15.860,7	12.404,8

	Diferencias de más en el comercio general.
1897-1901	2.502,5
1902-1906	2.701,5
1907-1911	3.455,9

Pero en el comercio general las cifras del tránsito

y de movimiento de los depósitos son ficticias, pues llevan á la importación y á la exportación los mismos productos. (Véase libro VII, cap. III).

He aquí las cifras del comercio general y del especial para los tres últimos años:

	Comercio general.		Comercio especial.	
	Importación.	Exportación.	Importación.	Exportación.
1909....	7.856,5	7.482,3	6.246,1	5.718,1
1910....	9.102,6	8.104,9	7.173,3	6.233,8
1911....	9.809,9	8.012,2	8.065,8	6.076,9

	Total de las importaciones y exportaciones.	
1909.....	15.340,8	11.964,2
1910.....	17.204,9	13.407,1
1911.....	17.822,0	14.142,7

	Diferencia de más al comercio general.
1909	3.376,6
1910.....	3 801,8
1911.....	3.679,3

Si tomamos las *cantidades* y *valores* de 1911, encontramos:

	Comercio general			
	Toneladas.	Tanto por 100.	Valor Millones de francos.	Tanto por 100.
Importaciones..	43.375.400	68,2	9.810	55,0
Exportaciones..	20.204.800	31,7	8.012	45,0
Diferencia de más á la importación ..	23.170.50		1.798	

Comparando las importaciones del comercio general y del comercio especial, tendremos:

Comercio general.....	43.375.400
Comercio especial.....	40.428.400
	2.947.000

Según esto, la diferencia entre las importaciones de los dos comercios que, en cuanto al peso es de 2.947.000 toneladas, es en valor de 1.744 millones de francos.

§ 2. *El movimiento de las entradas* en cada uno de los cinco depósitos en que representa más de 30 millones de francos, da las siguientes cifras:

		1902-1906 Término medio anual.		1911	
		Valor.	Cantidad.	Valor.	Cantidad.
		Millones de francos.	Millares de toneladas.	Millones de francos.	Millares de toneladas.
1	El Havre...	208,2	807	279,6	1.002,4
2	Marsella...	183,9	1.201	228,3	1.428,7
3	Burdeos...	50,1	227	56,3	308,9
4	Ruan.....	31,4	301	47,5	405,0
5	Nantes.....	31,9	»	38,4	149,2

Para un movimiento total de entradas en los depósitos de 903 millones, el de estos cinco depósitos representa 650 millones de francos, ó sea un 54 por 100. Se ve que los valores y las cantidades no corresponden, lo que se explica fácilmente por el carácter de los productos especiales en cada depósito.

En 1911, la introducción de cinco productos ha rebasado los 20 millones de francos, y la distribución del comercio se reproduce cada año con una notable uniformidad:

		Millones de francos.
1	Café, cacao, pimienta	258,9
2	Cereales	219,5
3	Aceites y esencias de petróleo	81,6
4	Maderas para construcción	44,5
5	Hulla negra	49,3
6	Azúcares	38,1
7	Legumbres secas y sus harinas	20,2

Estos siete productos dan un total de 712 millones de francos para un total de 903 millones, ó sea, un 78 por 100.

En cantidad, ocupa la hulla el primer puesto, 2.189.000 toneladas. En 1911, los cereales han representado 1.026 millones de toneladas, pero ha sido un año excepcional.

§ 3.—El término medio anual de las admisiones temporales, durante el quinquenio de 1902 á 1906 fué de 151 millones de francos y el valor de su reexportación de 199 millones de francos. Los principales productos introducidos fueron:

	Importaciones.	Exportaciones.
	(En millones de francos)	
Trigo	97,4	77,5
Aceite de oliva	7,7	8,3
Fundición	7,8	19,5
Hilos de seda	16,3	19,3
Tejidos de seda	5,7	7,2
Plomo	5,0	7,0
	139,9	138,8

Estos productos representan el 93 por 100 del total.

En 1911 encontramos:

	Importaciones.	Exportaciones.
	(En millones de francos).	
Trigo	84,9	72,3
Aceite de oliva	12,0	12,9
Tejidos de seda pura ó mezclada	11,4	13,8
Hilos de seda	10,1	13,1
Fundición	8,3	22,7
Fundición de artillería	8,3	22,1
	135,0	156,9

La cifra de importación de estos productos para un total de 176 millones de francos, representa un 87 por 100.

El *Resumen analítico de la Tabla general del Comercio*, de Francia, en que se comprueba que las mercancías salidas representan un valor de 245 millones.

Los productos manufacturados reexportados en descargo de las cuentas, se evalúan para 1911 en 245 millones, de los cuales 69 millones representan el aumento de valor adquirido por la mano de obra realizada en Francia.

No es exacto que estos 69 millones representen la mano de obra.

En ninguna industria, la mano de obra deja de estar comprendida en el valor total del producto. ¿Por cuánto entra en éste la manufactura? Para el conjunto las industrias que se benefician de la admisión temporal, admitamos que importa un 70 por 100, lo que hace unos 48 millones de francos.

El resumen analítico continúa:

Para los cereales, el valor de los productos sometidos á manipulación es de 85 millones y el de los productos reexportados de 72 millones; pero á esta

última suma conviene aumentar la de 14 millones que representa el valor de los salvados procedentes de los granos admitidos temporalmente y que han sido invertidos en el consumo, después del pago de los derechos por aplicación del artículo 3 del decreto de 2 de Mayo de 1892.

Las cantidades han sido de 384.900 toneladas para los cereales sometidos á manipulación y de 268.017 para los reexportados.

La cuestión de la admisión temporal de los cereales ha dado lugar á las más asombrosas proposiciones y á las más enconadas polémicas (1).

De aquellas cifras resulta que la admisión temporal no tiene más que un límite muy estrecho, desde el punto de vista de los artículos á que se aplica y que la cifra de sus operaciones es muy débil, puesto que para un comercio general de 17.800 millones, solo alcanza á 421 millones, ó sea, un 23 por 100.

Los que la presentan como una panacea para conjurar los efectos del proteccionismo, prueban su ignorancia é inobservancia de los hechos.

Yo sólo añado que de las prácticas de la admisión temporal se puede hacer un favor, un instrumento político y un instrumento de fraude.

---

(1) Yves Guyot, *Comedie proteccioniste*, pág. 72.

CAPITULO II

EL COMERCIO ESPECIAL DE FRANCIA

I.—Término medio anual de 1855-1911.—Progreso desde 1855-59 á 1880.—Recaída.—Progreso.

II.—Cantidades y valores de nuestras importaciones y exportaciones de 1903 á 1907.—Cantidades.—Valores.—Precio de la tonelada importada y de la exportada.—Importaciones y exportaciones de tres grandes categorías de mercancías.—Cantidades.—Valores.—Valor de la tonelada.—El precio de 1907.—Proporción de cantidades y de valores.

I

Es preciso comparar el comercio actual con el de los períodos que le han precedido. Nuestro comercio exterior se hace con otras naciones: es preciso, pues, referirle al de estas otras naciones desde el punto de vista de la naturaleza de los productos cambiados.

Estos estudios deben ser circunscritos. Desde el punto de vista cronológico, observaremos el quinquenio que ha precedido á los tratados de comercio de 1860, eliminando el de la guerra, y el último quinquenio del régimen de dichos tratados.

Llamo después la atención sobre el quinquenio 1887-1892 que precedió á las tarifas de 1892 y sobre el que les siguió:

	El comercio especial.		
	Término medio.		
	Importaciones.	Exportaciones.	Total.
	(En millones de francos).		
1855-1859	1.732	1.894	3.646
1861-1865	2.447	2.564	5.010
1876-1880	4.292	3.375	7.667
1882-1886	4.453	3 319	7.772
1887-1891	4.414	3.504	7.918
1892-1896	3.882	3.310	7.192
1897-1901	4.402	3.876	8.278
1902-1906	4.820	4.617	9.438
1907-1911	6.669	5.735	12.404

Entre el quinquenio que precedió á los tratados de comercio de 1860 y el que les siguió, el aumento del término medio anual de las importaciones fué de 715 millones de francos, ó sea un 41 por 100; el de las exportaciones de 670 millones, ó sea de un 35 por 100; el aumento del conjunto de comercio fué de 1.385 millones de francos, un 38 por 100.

Después del período 1865-1876 de que hago omisión, porque el comercio fué turbado por la guerra, Francia había perdido la Alsacia y la Lorena, y había sufrido cargas de toda suerte, entre otras, la de la indemnización de los 500 millones. Sin embargo, el período 1876-1880 indica un aumento de 2.655 millones, ó sea un 52 por 100 respecto al período 1861-1865, y un 113 por 100 respecto al quinquenio 1855-1859.

Si esta progresión hubiese continuado, el comercio de Francia durante el período de 1902-1906 hubiera alcanzado la cifra de 16.500 millones de francos.

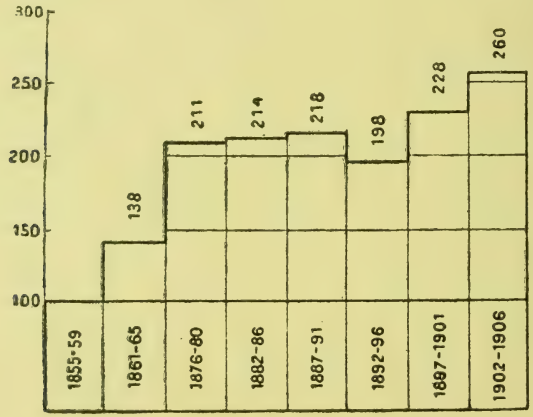

GRÁFICO 4.—Variaciones del comercio exterior de Francia, tomado por 100, 1855-59.

El período 1876-1880 termina el régimen de la libertad comercial relativa, instituída por los tratados de comercio de 1860. La reacción se produce con las tarifas de 1881, que aumentan ciertos derechos y cambian las tarifas *ad valorem* en tarifas específicas. Nuestro comercio padece un estancamiento, y las exportaciones son menores que las del período precedente.

Sin embargo, tenemos clientes que necesitan productos nuestros, y nosotros necesitamos también pro-

ductos extranjeros. La riqueza aumenta en el extranjero y en Francia. El movimiento ascensional de nuestro comercio comienza á iniciarse.

Con la ruptura de los tratados de comercio sobrevienen las tarifas de 1892. La reacción es tal, que el término medio de nuestro comercio llega á ser inferior al 6,21 por 100, no sólo del período precedente, sino del quinquenio 1876-1880.

Después de nuestro comercio, se desenvuelve y llega á las cifras del último quinquenio, pero no á causa de las tarifas, sino á pesar de las tarifas.

II

Cantidades y valores de nuestras importaciones y exportaciones.

Las evaluaciones hechas por la Comisión de los Valores de Aduanas, operaciones muy difíciles y delicadas, indican que, agricultores, industriales y negociantes han vendido ó comprado á negociantes, industriales y agricultores de otros países, por tantos millores de francos.

Por la comparación de los pesos y de los valores, podemos darnos cuenta, hasta cierto punto, del carácter del movimiento del comercio exterior.

Si la tonelada exportada tiene un valor superior al de la importada, es claro que los artículos que nosotros vendemos son de superior calidad; y esto sólo basta para caracterizar el género de comercio que practicaremos.

Las cifras siguientes indican las cantidades:

	COMERCIO ESPECIAL	
	Importaciones.	Exportaciones.
	(En millares de toneladas).	
1907	3.366	1.285
1908	3.410	1.281
1909	3.570	1.551
1910	4.042	1.690
1911	3.976	2.032

El año 1911 se eleva un poco el término medio á causa del aumento de las importaciones de cereales. Sin embargo, puede decirse, en cifras redondas, que el peso de nuestras importaciones es más del doble que el de las exportaciones.

Los artículos que compramos son de menos valor que los que vendemos.

Las tablas del comercio francés están divididas en tres grandes categorías: objetos de alimentación, primeras materias, y objetos fabricados.

He aquí, para 1911, la comparación de estas tres categorías en cantidades y valores para la importación y la exportación:

	COMERCIO ESPECIAL Importaciones.	
	Cantidades.	Valores.
	(En millares de toneladas).	(En millones de francos).
Objetos de alimentación.	6.670,0	2.020
Materias necesarias á la industria	32.683,0	4.525
Objetos fabricados	1.274,8	1.521
Totales	40.427,8	8.066

	Exportaciones.	
	Cantidades. (En millares de toneladas).	Valores. (En millones de francos).
Objetos de alimentación..	1.262,4	737
Materias necesarias á la industria.....	13.473,4	1.830
Objetos fabricados.....	2.170,3	3.510
Totales.....	16.906,1	6.077

He aquí el valor de la tonelada de estas diversas categorías durante los años 1910 y 1911:

	Importaciones. Francos.	Exportaciones. Francos.
Objetos de alimentación.....	312	583
Materias necesarias á la industria..	138	135
Objetos fabricados.....	1.192	1.617

El valor medio de la tonelada para las tres categorías es de 199 francos para las importaciones y de 359 para las exportaciones.

El año de 1911 ha pasado por un año de alza. Sin embargo, los valores de la tonelada importada y exportada en 1903, fueron de 175 y 453 francos, respectivamente.

El valor de la tonelada importada ha aumentado en un 14 por 100, lo que se debe al alza de los precios de los cereales. El precio de la tonelada exportada ha disminuído en 94 francos ó sea un 20 por 100. Esto proviene en parte del aumento de la importación de los minerales; pero el valor de los objetos fabricados también ha disminuído relativamente en ciertos

años: en 1904, era de 1.643 francos; en 1906, de 1.742; en 1907, de 1.648 francos.

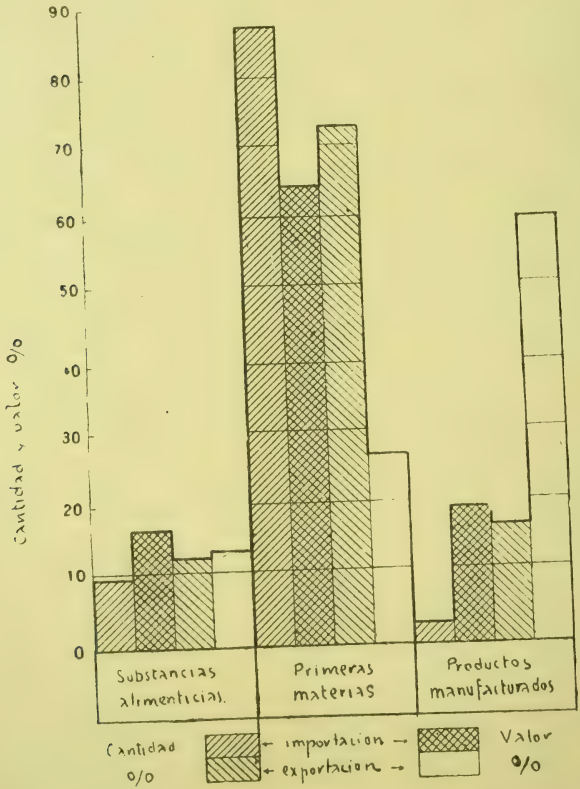

GRÁFICO 5.—Cantidades y valores de las importaciones y exportaciones por categorías durante los años 1903-1907.

Para los objetos de alimentación el valor de la to-

nelada de exportación es superior al de la importada, diferencia que se debe principalmente á los vinos franceses.

Ahora, el valor de la tonelada de materias necesarias para la industria á la exportación es inferior al de la importación. Tal resultado es debido á nuestras exportaciones de minerales.

La diferencia para los objetos fabricados es de 425 francos. La tonelada exportada vale, por consiguiente, un 36 por 100 más que la importada.

He aquí la proporción de las diversas categorías de nuestras importaciones y exportaciones:

	Importaciones.		Exportaciones.	
	% de las cantidades totales.	% de los valores totales.	% de las cantidades totales.	% de los valores totales.
Objetos de alimentación.....	16,01	25,05	7,47	12,13
Materias para la industria	80,84	56,10	79,69	20,11
Objetos fabricados.....	3,05	18,85	12,84	57,76

Los objetos fabricados no importan más que un 12,84 por 100 de nuestras exportaciones en cuanto al peso, y un 57,76 por 100 en cuanto al valor de ellas, y si la aduana registrase todas las exportaciones de objetos de lujo, joyería y perfumería y *toilette*, que se hacen en el equipaje del viajero, las cifras del valor serían aumentadas en relación al peso y también de una manera absoluta.

CAPÍTULO III

PARTIDAS FICTICIAS DEL COMERCIO ESPECIAL

§ 1.—La parte de las colonias y de los países protegidos.—Importaciones y exportaciones.—La Argelia. — Favores aduaneros.—El café.— Pacto colonial.— Diferencias con las colonias y protectorados británicos.
§ 2.– Provisiones y material de á bordo.

§ 1.—En la *Tabla general del comercio* se cuida de colocar sobre cada quinquenio la nota siguiente:

		Comercio general.		Comercio especial.	
		Importación.	Exportación.	Importación.	Exportación.
Parte de las colonias en el conjunto del comercio exterior.....	1897-1901	7,82	10,87	9,30	11,42
	1902-1906	8,60	10,34	10,17	11,97
	1907-1911	9,45	10,76	11,15	12,63

En la página 24 se da la lista de los países de procedencia, comprendidos en ellos las colonias y los países protegidos; en la página 25 se incluyen las colonias, entre ellas Argelia, en los países de destino, y después se publica la lista aparte en la página siguiente. Para encontrar sus importaciones y exportaciones, con adiciones, es preciso ir á la página 7 del volumen. Sería mucho más sencillo que el resumen analítico las repitiese:

COMERCIO ESPECIAL DE FRANCIA EN 1911

Países de procedencia y destino.	Importaciones.	Exportaciones.
	(En millones de francos).	
Argelia	425,6	489,9
Túnez	79,3	90,1
Indochina	109,0	65,8
Congo	6,2	1,9
Senegal	45,0	35,7
Costa occidental de Africa	37,5	18,6
Madagascar y dependencias	25,0	36,0
Martinica	25,2	11,9
Guyana francesa	4,0	9,5
Guadalupe	22,5	12,4
Oceanía (Nueva Caledonia, etc.)	18,0	7,7
Isla de la Reunión	27,1	8,5
San Pedro y Miguelón y Grande Peche	39,6	4,3
Establecimientos de la Costa de Somalia	6,2	3,8
India francesa	24,2	1,3
	899,9	797,8

Anteriormente á 1896, las mercancías procedentes de países extranjeros y expedidas á Argelia, pertenecían al comercio general. Después se han incluído también en la cuenta de los países de origen. Ahora forman parte del comercio especial. Las cifras del comercio de las colonias y de los protectorados engrosan ficticiamente las del comercio especial.

La Argelia tiene el mismo régimen aduanero que Francia. Importa y exporta libremente nuestros productos; no está, desde este punto de vista, más separada de Francia que el departamento del Var. Su tarifa de aduanas defiende á nuestros productos de la concurrencia del extranjero.

De hecho, hemos restablecido el régimen del pacto

colonial; por consiguiente nuestro comercio colonial es ficticio (1).

Además, nosotros entretenemos un cuerpo de ejército de 65.000 hombres en Argelia y pagamos las garantías de sus caminos de hierro. El presupuesto de las colonias es de 98 millones, del que la mayor parte se expide á ellas; las mercancías siguen los créditos del presupuesto y los comerciantes contribuyen con algo.

Ciertos productos coloniales gozan de una tarifa de favor. La tarifa general es de 300 francos el quintal, para el café; la tarifa misma, de 136, para los productos acompañados de un certificado de origen.

El café importado de las colonias francesas no paga más que 58 francos. Esto es, una ventaja tal que un eminente inglés creía que todo el café consumido en Francia procedía de las colonias. Y no es así:

1901.	Cantidades.	Valores.
Café en grano y en rama.	Quintales.	Francos.
De países extranjeros.....	1.083.700	140.884.000
De las colonias.....	26.800	3.489.000
Total.....	1.110.500	144.373.000

El café importado de las colonias se evalúa en 165 francos el quintal, en tanto que el procedente del extranjero está evaluado en 130 francos; sin embargo, el valor de las cantidades importadas de las colonias francesas apenas excede el 2 por 100; y esta importación, que está favorecida, está fuera de todo comercio normal.

(1) Véase: Schelle, 4.

—Pero en Inglaterra, se dirá, las colonias se consideran entre los países extranjeros.

—Cierto; pero las colonias no gozan de ningún privilegio en el Reino Unido.

Unas, como el Canadá, Australia, Nueva Zelanda, Africa del Sur, son autónomas y establecen el régimen fiscal que les conviene; otras son colonias de la Corona ó protectorados, pero entre ellas y el Reino Unido no hay la menor traza de pacto colonial, á pesar de los esfuerzos de M. Chamberlain, el de las *Tariff Reformers*, desde 1902, para introducir un régimen de este género. El Canadá, la Australia, el Africa del Sur, tienen, es cierto, algunas tarifas de preferencia para los productos británicos; pero sus proteccionistas se defienden contra ellas.

Una parte del comercio con nuestras colonias es ficticio. Sería interesante determinarla, y debería ser deducida de nuestro comercio exterior.

§ 2.—En el peso total de las mercancías embarcadas en buques franceses, las provisiones y el material de á bordo (carbón, víveres) representan 1.217.000 toneladas, ó sea, un 27,85 por 100 del tonelaje total que ha sido en 1911 de 4.370.000 toneladas.

Como nuestra navegación es el resultado de primas y subvenciones, estos consumos son ficticios también. El total general del resto se evalúa en 2.416.000 francos.

Si se hiciese una reducción proporcional sería de menos de 700.000 francos.

CAPÍTULO IV

NUESTRAS PRINCIPALES COMPRAS

Durante los períodos 1887-1891, 1892-1896 y del año 1911.—Las principales compras.—Artículos de alimentación y objetos fabricados.—Lanas.—Sedas y borras de seda.—Algodón en lana.—Cereales, importaciones y exportaciones.—Café.

Es inútil comparar los principales objetos de nuestras compras y de nuestras ventas, porque ellos indican el carácter de nuestro comercio.

He aquí las importaciones de los once principales objetos que hemos comprado durante los períodos, en millones de francos:

	Término medio anual.		
	1897-91	1892-96	Año 1911.
Lanas en bala	340,7	326,6	628,2
Vinos	403,0	228,0	301,5
Sedas	249,3	241,5	317,4
Café	143,0	158,0	144,4
Hulla	172,2	179,0	453,5
Algodón en lana	195,0	179,0	551,7
Madera común	181,1	131,0	170,9
Granos y frutos oleaginosos	166,0	169,0	371,7
Cereales	385,0	239,4	715,1
Pieles en bruto	178,7	130,7	203,4
Máquinas	»	»	286,7

Once objetos han rebasado los 150 millones de francos en 1911. La importación de ellos representan 4.235 millones ó sea un 53 por 100 de los 8.065 millones á que asciende el total de las importaciones del comercio especial.

La disminución de las importaciones durante el período siguiente á las tarifas de 1892 no prueba que ellas hayan impulsado la industria. La misma importación del algodón en lana ha disminuído.

Uno sólo de esos once objetos es de los fabricados; los demás son primeras materias ó artículos de alimentación.

Lanas.—Según los valores, sin compararlos con las cantidades, muchos se jactan de deducir: —«Lo importación de las primeras materias aumenta, luega la actividad industrial se desarrolla.» Esta conclusión no puede ser más inocente, como lo prueba la comparación de las cantidades y del precio de las lanas en bala.

IMPORTACIÓN DE LAS LANAS EN REMOJO Ó LAVADAS

	Cantidades. Toneladas.	Valor del kilo.	Valores. Millones de francos.
Término medio 1887-1896.....	200.000		333,6
1895..	218.100	1,41	307,5
1896.....	251 000	1,45	364,0
1904.....	221.500	1,85	411,7
1905.	229.700	2,10	483,1
1906.....	255.600	2,24	571,2
1907..... .	251.300	2,37	580,4

La importación ha aumentado en cuanto á la cantidad en un 25 por 100 y el precio un 67 por 100. Si

el industrial mantiene sus precios está obligado á disminuir la cifra de sus beneficios.

Estas 251.300 toneladas de lanas importadas en 1907 se reducen á 196.576 toneladas en bala, de las que 37.803 han sido exportadas. Han quedado, pues, en Francia 158.772 toneladas.

En 1911 el comercio de lanas en bruto ha sido el siguiente:

Importaciones.		Exportaciones.	
Cantidades. — Toneladas.	Valores. — Millones de francos.	Cantidades. — Toneladas.	Valores. — Millones de francos.
275.940	675,7	86.028	341,0

Han quedado en Francia 258.467 toneladas de lanas en remojo ó lavadas, ó sean 105.552 en seco.

Sedas y borras de seda. – Las primas á la sericultura no han provocado la producción de seda que se había esperado.

El comercio francés contribuye anualmente con un 35 á un 40 por 100 al suministro total del mundo entero.

He aquí las cantidades de seda puestas á la venta en Francia:

AÑOS LEGALES	Kilos de importación
1903	6.932 000
1904	7.951.000
1905	6 842.000
1906	7.511.300
1907	7 879.000
1910	8.087.000
1911	7.324.000

Las cantidades de seda destinadas á las fabricaciones francesas, han sido:

En 1904....	4.812.000	kilos.
— 1910....	4.262.000	»
— 1911....	4.077.000	»

Las cantidades puestas en venta no han aumentado en el período de ocho años de 1904 á 1911.

Para el *algodón en lana* ha habido aumento en la cantidad y en el valor.

La importación media anual durante la década 1887-1896 ha sido de 163.589.000 kilos con un valor de 186.700.000 francos.

La cantidad que se ha destinado al consumo ha sido en 1909 de 260.064 toneladas; 158.116 en 1910 y 252.436 en 1911.

El valor del kilo ha sido:

En 1895	0,94	francos.
1896	1,63	»
1904	1,56	»
1905	1,38	»
1906	1,47	»
1907	1,61	»
1910	2,04	»
1911	1,82	»

En Francia no se ha consumido todo el algodón importado. En 1911 han sido reexportados 66 millones de kilos por valor de 120 millones de francos, que deben ser reducidos.

El consumo del algodón en lana no es una prueba del desenvolvimiento de la industria del algodón (1).

Inglaterra, que hace hilados de algodón cada vez

(1) *Comisión de los Valores de Aduanas* para 1907, Memoria Grandgeorge, pág. 285.

más fino, no ha consumido en 1907 más que 17 kilos de algodón por brocheta, en tanto que el Continente Europeo ha consumido 34,2, los Estados Unidos 41,68 y las Indias inglesas 83,90.

Artículos de alimentación.—La importación de cereales es casi la misma que la del período 1892-1896. Había decaído en 1903 á 174 millones de francos, á 110 en 1904 y á 152 en 1905.

El comercio calcula las necesidades normales de Francia en 9.610.000 toneladas de trigo, proporción bastante inferior á la que exigiría una alimentación suficiente (1). El déficit hubiera sido de 1.354.000 toneladas en 1904 y de 330.000 en 1905. Si había stocks, debieron ser agotados en 1904. Sin embargo las importaciones han sido débiles.

Es probable que se haya atendido al déficit con sustituciones. Cuando las gentes no tienen pan, no comen torta, pero comen más patatas, centeno, sarraceno y castañas.

En 1906, las importaciones ascienden á 231 millones; y en 1907, año cuya cosecha fué calculada en 10.170.000 toneladas, la mayor que se ha obtenido desde 1874, importaron 225 millones de francos. En 1911 la recolección disminuyó en más de 7.000 toneladas y se debieron importar 2.149.924 toneladas evaluadas en 483 millones de francos. La exportación ha sido insignificante.

Las cifras del comercio exterior prueban que la agricultura francesa no basta, por consiguiente, á las necesidades de la población.

(1) Véase Yves Guyot, 5.

M. Méline pretende nada menos que nosotros vendamos más productos agrícolas que compramos, y declara: «He ahí la baja de las lanas, ante la que debieran humillarse todos los ministros de Hacienda (1).

El café.—En 1895 el precio del café era 2,45 francos el kilo; en 1896, 2,33; en los años siguientes no baja de los 2 francos hasta que en 1898 es de 1,94. A partir de 1904, la Comisión de Valores de Aduanas lo fijó en 1,02 francos kilo, á pesar de la baja que ha sufrido el café del Brasil. En 1910 se ha elevado el precio á 1,13 y en 1911 á 1,30.

Nosotros recibimos poco más de un millón de kilos en 1907 y 1.083.000 en 1911. Un millón de kilos en 360 días da 2.777 kilos por día.

Divididos entre 29 millones de habitantes mayores de 14 años, da para cada uno la ínfima porción de 0,09 gramos.

---

(1) *Le Retour á la terre*, pág. 107.

CAPÍTULO V

PARTE DE LA IMPORTACIÓN TOTAL QUE CORRESPONDE Á LOS OBJETOS FABRICADOS

Inglaterra. —Alemania.—Francia.—Suiza.— Italia.—Austria-Hungría.—Estados Unidos.

La parte en que los objetos fabricados entran en las importaciones totales de las naciones más avanzadas en la evolución económica, ha sido, durante los períodos que se indican, de:

		Importaciones totales — Millones de francos.	Objetos manufacturados — Millones de francos.	Tanto por ciento.
1900-1904	Inglaterra.....	13.300	3.290	24,6
1900-1903	Alemania.....	7.120	1.430	20
1900-1903	Francia.....	4.553	787	17,3
1900-1903	Suiza.....	1.127	356	31
1900-1003	Italia.....	1.172	355	20
1899-1903	Australia.....	1.230	495	27,7
1899-1903	Estados Unidos	4.409		
Artículos manufacturados preparados para el consumo.....		»	722	15,9
Artículos de lujo (comprendidos los espirituosos y los vinos).....		»	577	13,6

La proporción de los objetos fabricados, importa-

dos por Alemania es poco menor que la de los importados por Inglaterra.

No niego que los derechos de aduana influyen en aminorar esa proporción; pero sería preciso determinar también la medida en que intervienen los hábitos de los consumidores y un menor poder de compra.

En 1911 encontramos las cifras siguientes:

	Comercio especial		
	Importaciones totales.	Objetos fabricados.	Tanto por ciento.
	(En millones de francos).		
Inglaterra	14.430	3.430	23,8
Alemania	12.132	1.792	14,8
Francia	8.066	1.521	19,0

En Bélgica, país de librecambio relativo, los objetos fabricados constituyen un 16 por 100 de la importación total. En Suiza, que se ha hecho proteccionista, un 33 por 100, y en España un 32.

No son los derechos de aduanas lo que impide la entrada de los objetos fabricados. Toda la política de M. Meline y otros proteccionistas ha tenido por objeto impedir la entrada de los objetos fabricados. Sin embargo, entran en Francia en la proporción de un 19 por 100.

Entran, solo en una pequeña proporción, en países aislados, avanzados en evolución económica, porque estos mismos países los fabrican; y sin embargo, son los países ricos nuestros mejores clientes, por tres razones: nosotros podemos suministrarles cosas de que tienen necesidad y que ellos no pueden fabricar; tienen ellos un poder de compra suficiente para pro-

curarse aquéllas; y su educación del gusto se desenvuelve al mismo tiempo que su afición á la comodidad.

Pero muchos productos fabricados son materias primas para otras fabricaciones.

El paño es una primera materia para el sastre, el hierro para el constructor, etc.

CAPÍTULO VI

NUESTROS QUINCE IMPORTANTES SUMINISTRADORES

En 1907 hemos comprado á quince países por más de cien millones de francos cada uno. He aquí las cifras de las compras que les hemos hecho en

		1903	1907	1911
		(En millones de francos).		
1	Inglaterra	555,9	883,2	993,5
2	Estados Unidos	539,7	670,9	826,8
3	Alemania	444,2	638,2	979,7
4	Bélgica	325,0	426,6	542,0
5	Indias inglesas	244,6	360,0	360,2
6	República Argentina	271,2	287,3	353,8
7	Rusia	301,7	270,0	443,1
8	China	187,7	212,2	229,8
9	Italia	152,1	194,4	190,3
10	Australia	72,8	179,0	339,0
11	España	166,5	168,7	230,5
12	Turquía	101,5	139,2	101,6
13	Países Bajos	56,9	148,4	140,7
14	Suiza	106,9	147,2	140,2
15	Brasil	95,0	140,0	146,0

Nuestros aprovisionamientos provienen de un gran número de fuentes, que están dispersas. La mayor parte de estos países nos venden y no nos compran.

Nuestros grandes suministradores son las naciones ricas de Europa y los Estados Unidos.

Para esta última nación, su gran comprador es

Europa por 900 millones de dólares para un total de 1.818 millones de importación, ó sea, la mitad; pero

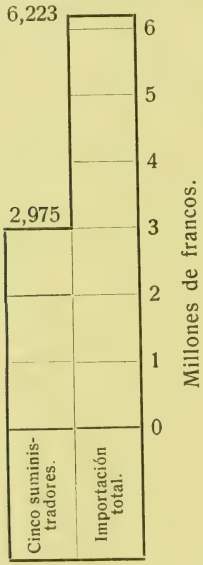

GRÁFICO 6.—Parte con que contribuyen á las importaciones de 1907 los cinco principales suministradores.

su mayor suministro lo hace también Europa por 1.467 millones de dólares para un total de 2.399.

CAPÍTULO VII

NUESTRAS PRINCIPALES VENTAS

Catorce objetos constituyen la mitad de nuestras exportaciones.— § 1. Tejidos de seda.—§ 2. Tejidos de algodón.—Los reembolsos para los hilos son de un 38 céntimos de franco por 100. — § 3. Lanas en masa, teñidas y peinadas. — § 4. Tejidos de lana. — § 5. Tornería, juguetería. — § 6. Modas y flores artificiales.—§ 7. Vestidos y lencerías.—§ 8. Bonetería y pasamanería.—§ 9. Automóviles. —§ 10. Vinos y aguardientes.

Voy á examinar lo que vendemos y á quien vendemos.

He aquí la tabla de las 14 mercancías exportadas que han rebasado la cifra de 100 millones durante los años:

		1903	1907	1911
		(En millones de francos).		
1	Tejidos de seda y borra de seda.....	293,4	355,6	292,0
2	Tejidos de algodón.....	181,0	352,3	334,2
3	Lanas en masa, peinadas, teñidas y dañadas.....	181,0	352,3	323,6
4	Tejidos de lana	224,7	266,2	190,9
5	Vinos.....	218,3	245,0	187,7
6	Tornería, juguetería, etc..	170,0	218,2	183,4

		1903	1907	1911
		(En millones de francos).		
7	Sedas.....	147,2	197,3	162,4
8	Modas y flores artificiales.	123,1	158,8	87,2
9	Vestidos y lencerías.....	102,0	150'4	197,7
10	Automóviles	50,8	144,4	162,4
11	Productos químicos.....	95,7	132,5	169,6
12	Pieles y peleterías en bruto	119,0	122,3	151,2
13	Utiles y trabajos en metales.....	89,2	118,8	106,7
14	Pieles preparadas	117,0	106,3	132,6

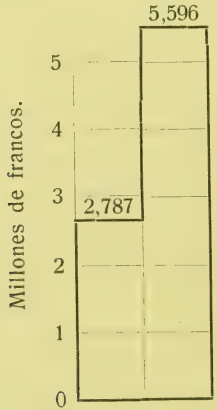

GRÁFICO 7.—Parte de 14 mercancías en las exportaciones totales de 1907.

La exportación de estas 14 mercancías da, en 1907, un total de 2.786 millones, ó sea, un 50 por 100 de las exportaciones totales. En 1911, dan 2.701 millones de francos para un total de 6.076 millones, ó sea, un 47 por 100.

Los tejidos de seda y de borra de seda ocupan el

primer lugar en 1907; en 1911, con los tejidos de algodón.

Las lanas en masa, peinadas y teñidas se consideran como primera materia; pero una vez peinadas y teñidas han sido objeto de una manipulación importante. Su exportación ha disminuído considerablemente.

La exportación de los vinos que son un artículo de alimentación, pero de lujo para los países extranjeros, ha disminuído también.

Igualmente ha bajado de 1907 á 1911 la exportación de las sedas.

La tornería, los vestidos y lencería, los automóviles, industrias que solo necesitan expansión han alcanzado un gran desarrollo. En cambio, ha decaído de 1907 á 1911 la exportación de modas y flores artificiales.

La mayoría de estos objetos está comprendida en los objetos manufacturados; y los productos químicos se consideran á la vez como primeras materias y como objetos manufacturados.

§ 1. *Tejidos de seda.*—Hemos oído en la Cámara de los diputados, lamentarse á MM. Morel y Augagneur, de la decadencia de la sedería y pedir derechos protectores contra las sederías extranjeras.

Sin embargo, las cifras que suministra la *Tabla general del Comercio* prueban que esta industria necesita de expansión, pero no protección.

En 1911 hemos importado 38.718.000 francos en artículos, de que he aquí los más importantes:

		Cantidades. — Kilos. —	Valores. — Francos. —
Importaciones asiáticas		141.300	7.348.400
Importaciones europeas.			
Tejidos de seda	pura	210.500	11.551.700
	mezclada	105.900	3.916.700
Sedas crudas y crespones		74.500	4.541.600
Tejidos para tapicería		60	3.000
Terciopelos y felpas seda ó de borra de de seda	pura	930.500	930.000
	mezclada	254.100	10.418.300
Muselinas		87	7.600
Total de las importaciones		795.947	38.718.300

En 1911 las exportaciones de tejidos de seda han sido de 218 y medio millones de francos para una producción total de 415 millones, ó sea, un 52 por 100.

Nuestros dos grandes clientes son la Gran Bretaña y los Estados Unidos.

Tejidos de seda. —	Cantidades. — Kilos —	Valores — Millones de francos —
Gran Bretaña	2.301.000	133,9
Estados Unidos	600.000	38,4
		172,3

O sea, un 77 por 100 de los 218 y medio millones que importan las exportaciones totales.

Apreciemos la importancia de ciertos clientes y cuánto nos importa conservarlos.

§ 2. *Tejidos de algodón.*—En 1911 hemos importado 58 millones de francos en tejidos de algodón,

cuya nomenclatura se encuentra, de la página 139 á la 175, en la *Tarifa oficial de Aduanas.*

Los hilos de algodón son materia prima para los tejidos de este género. Las tarifas de 1892 y de 1910 están recargadas con derechos prohibitivos, principalmente sobre los números finos.

Yo he leído en la Memoria de la Comisión de Valores de Aduanas, de 1911: «Nosotros hemos importado 3.125.600 kilogramos de hilos de algodón en 1911 y 3.658.700 en 1910 y 1909. Este retroceso de nuestras importaciones es un indicio de la crisis de nuestras fábricas de tules y tejidos de todo género que emplean en mayor cantidad los hilos de algodón.»

¿Gravando los hilos de algodón tienen la pretensión los proteccionistas de aumentar las salidas?

El régimen de la admisión temporal no era fácilmente practicable. El artículo 10 de la ley de 1892 lo suprimió.

Los derechos percibidos temporalmente á la entrada de los hilos de algodón, destinados á la fabricación de tejidos mezclados en seda y algodón, de tejidos de algodón teñidos en hilos, de trencillas, cordones, muselinas, tules, encajes en algodón puro ó mezclado de seda, y franjas, serán parcialmente reembolsados en el momento de la exportación. El exportador declarará el peso del algodón de cada número de hilo sencillo ó retorcido que entra en el tejido. El reembolso parcial del derecho se cargará al 60 por 100 de las percepciones de aduana correspondientes á las cantidades de algodón exportadas.

El total de las cantidades exportadas en 1907 que aprovecharon este beneficio, ascendió á 2.733.000

kilos, y en 1911 se ha elevado á 2.886.000; así, pues, esta exportación permanece estacionaria.

La Tabla general del Comercio nos muestra que en 1907 se ha pagado por la reexportación de tejidos de algodón que se han beneficiado de la admisión temporal de los hilos, 1.341.000 francos y en 1911, 1.044.000. La exportación en este último año, de los tejidos de algodón, ha importado 323 millones de francos. Luego aquella facilidad concedida al tejido de algodón ha influído para su exportación en un 0,33 por 100. Pero hay que añadir los tejidos de seda mezclada, las cintas mezcladas, la pasamanería y terciopelos, y la proporción queda aún más reducida hasta una cifra muy inferior.

En 1911 hemos exportado 35.600.000 kilos de tejidos de algodón, de los que 10.823.000 lo han sido al extranjero y 24.337.000 á nuestras colonias y países de protectorado. En diez años, el aumento de nuestras exportaciones de tejidos de algodón á las colonias, solo ha sido de 4.300.000 kilos.

Los Estados Unidos, productores de algodón y que han inventado maravillosas máquinas para hilarlo y tejerlo, debieran bastarse á sí mismos. Tal es la idea *a priori*. De hecho, en 1911, nos han comprado tejidos de algodón por valor de 57 millones de francos, ó sea, cerca de un 19 por 100 de nuestra exportación total.

A Inglaterra hemos exportado en el mismo año por valor de 44 millones de francos. ¿Es que fabricamos tejidos de algodón en tales condiciones de superioridad y de baratura que han de venir los ingleses á procurárselos en Francia?

Según esto, las Memorias de la Comisión de Valores de Aduanas, nos imponen sobre el carácter de estas exportaciones.

El secretario de la Comisión de 1904, M. H. Picard, decía:

El año 1904 debe ser considerado como funesto para la filatura del algodón; de una parte, en efecto, esta industria ha comprado muy cara la materia prima, y por otra, sus salidas han disminuído.

La industria textil ha sufrido también muy duras pruebas. Por la falta de confianza en el porvenir, los comerciantes al por mayor y fabricantes de tejidos, se han esforzado desde primeros de año, sacrificando los precios, por deshacerse de las existencias acumuladas á fines de 1903. El abandono casi absoluto de los negocios durante largo tiempo ha acarreado la incertidumbre á la marcha de las fábricas.

En 1905, el secretario M. Gustave Roy, decía:

El año 1905 que es mirado por casi todos como un año excepcionalmente favorable, ha sido para la industria francesa un año francamente malo.

En Junio de 1904, M. Méline, en un Congreso de industrias textiles, decía:

Es triste reconocer que nuestra exportación de telas de algodón tiende á disminuir, en tanto que aumenta la de Inglaterra y la de Alemania.

M. Gustave Roy, secretario de la Comisión de Valores de Aduanas, ha explicado bien claramente en el artículo *Tejidos de algodón* del *Dictionnaire du Commerce*, por qué «el régimen proteccionista debe ser el responsable de la mayor parte de la diferencia que existe entre el precio de un tejido en Francia y el

del semejante en Inglaterra». En su Memoria, dice:

Si el comercio francés ha hecho sacrificios de precios para dar salida en los mercados extranjeros á las existencias de tejidos, parece cierto, según las cifras que después se indican, que no ha obtenido un gran éxito en su empresa.

Las exportaciones de tejidos de algodón en la Gran Bretaña, proceden de las liquidaciones.

§ 3. *Lanas en masa, teñidas y peinadas.*—M. Teydoun ha evidenciado que nosotros podríamos exportar lanas peinadas si pudiéramos procurarnos capitales á buen precio que nos resolvieran el problema de la cara adquisición de aquella materia.

De 105 millones de kilos de lanas lavadas importadas, nosotros hemos reservado 72.495.000 kilos y hemos exportado 33.056.000; pero además hemos reexportado 10.690.000 kilos de lana.

§ 4. *Tejidos de lana.*— En 1911 hemos exportado 15.220.000 kilos de estos artículos y hemos importado 4.556.000, de los que, el Reino Unido nos ha enviado por valor de 31 millones de francos.

Nosotros hemos exportado á dicha nación por valor de 87 millones.

La industria de la lana tiene elementos triples de los necesarios para atender al consumo interior.

§ 5. *Tornería-Juguetería.*—La exportación media durante el quinquenio 1902-1906 fué de 171 millones. La de 1907, que fué de 218 millones excedió á aquella en un 26 por 100.

Bien es verdad que la importación aumentó también; ésta era de 16 millones anuales durante el cita-

do quinquenio y en 1907 pasó de 18 y medio millones.

§ 6. *Modas y flores artificiales.*—La exportación de estos artículos en 1907 fué de 158 millones de francos.

La importación fué por valor de 81.000 francos en modas y de 664.900 en flores artificiales.

La exportación de las modas á los países extranjeros ascendió á 112.906.000 francos, y á las colonias, á 190.000; en total 113.096.000 francos. A la Gran Bretaña exportamos por valor de 104 millones y por valor de cuatro millones á Bélgica. Estos son, según la Aduana nuestros principales clientes.

En cuanto á las flores artificiales, la exportación ha sido de 45.683.000 francos, de los que 32.780.000 corresponden á la Gran Bretaña y 10.806.000 á los Estados Unidos.

§. 7. *Vestidos y lencerías.*—El grupo del trabajo en telas, lencería y vestidos, es el más importante de la industria en Francia.

Según los *Resultados estadísticos del Censo de población,* en 1896, hallábanse dedicadas en Francia á esta industria 1.303.000 personas; y en 1906, 1.551.000.

La importación de los vestidos confeccionados para hombres ha sido, en 1911, de 3.696.000 francos.

La exportación:

	Precio del kilo.	Peso neto: Kilos.	Valor. Francos.
1877-1896	»	1.642.000	38.367.000
1902	15,38	1.117.000	17.179.000
1903	»	812.000	12.491.000
1904	»	981.000	15.096.000
1905	»	1.102.000	16.949.000
1906	»	1.118.000	17.200.000
1907	»	1.231.000	18 947.000
1911	»	»	20.650.000

No ha podido, pues, remontar á la exportación media de 1877-1896, porque la materia prima es muy cara y porque los confeccionadores franceses luchan con una competencia que puede fabricar á más bajo precio.

Más de las dos terceras partes de esta exportación van á Argelia y otras colonias, y por consecuencia tienen un lado de ficción.

Para los vestidos de mujeres, es otra cosa:

	En tejidos de seda. Francos.	En otros tejidos. Francos.
1887-1896	6.738.000	45.006.000
1901	32.922.000	50.603.000
1902	44.300.000	54.219.000
1903	16.034.000	53.319.000
1904	14.957.000	65.272.000
1905	38.326.000	60.237.000
1906	24.153.000	65.757.000
1907	21.135.000	68.465.000
1911	14.666.000	117.970.000

Aparte de estas cifras hay que tener en cuenta toda la exportación que se hace en los equipajes de los viajeros; exportación que se ha contrastado en los años de la exposición de 1889 y 1890; en este último,

la exportación de los vestidos confeccionados para señoras, bajó, según las cifras de la aduana, en un 25 por 100, aunque en los talleres hubo excesivo trabajo.

Según M. Gastón Worth, las cifras de 1904 para las confecciones en tejidos de seda eran muy bajas. Pero la Memoria demuestra «que en 1905 el empleo de la seda ligera, encajes, guarniciones ricas y variadas, es decir, de los tejidos de precio elevado, ha sido mayor que nunca».

M. G. Worth estimaba que en 1905 habían venido más extranjeros á París que en 1900, «y que hicieron mayores compras de lujo».

La cifra de las ventas de las casas de costura en París, á su clientela extranjera, excedió en 1905 á la de 1900».

PIEZAS DE LENCERÍA COSIDA

He aquí la exportación:

	Precio de los 100 kilos.	Término medio anual.	
		Peso neto.	Valores.
	Francos.	Kilos.	Francos.
1877-1886.....	»	1.105.000	36.280.000
1889-1891.....	»	1.080.000	54.600.000
1901	41,50	493.000	20.400.000
1902	40,60	489.400	19.800.000
1903	41,00	424.300	17.400.000
1904	40,50	543.600	22.017.000
1905	40,75	607.800	24.767.000
1906	42,25	688.600	28.797.000
1907	43,25	770.200	33.312.000
1911	»	890.000	37.292.000

Hay un aumento progresivo en los últimos años,

pero no hemos podido alcanzar á la cifra de la exportación media anual del período 1889-1891. La disminución de nuestras exportaciones con relación á los períodos 1877-1886 y 1889-1891, no se debe sólo á las tarifas de aduanas extranjeras que rechazan nuestras productos, sino también á nuestras propias tarifas.

M. Julien Hayem dice en el artículo *Lencería* del *Dictionnaire du Commerce:*

«Los derechos que gravan los tejidos de algodón pueden ser mirados casi como prohibitivos, en cuanto á la lencería y camisería. Tejidos que en Suiza ó Inglaterra se venden á 50 ó 60 céntimos de franco, algunas veces á menos, son doblados ó triplicados por efecto del derecho».

El aduanero, condenado á aplicar una tarifa proteccionista, compuesta de infinidad de números, se ve obligado á hacerse enredador y arbitrario, por miedo á ser acusado de flaqueza librecambista.

«¿Qué resulta de ello?—continúa M. Hayem. Pues que la fabricación francesa se encuentra en la imposibilidad de introducir tejidos que sean verdaderas novedades y gocen de un gran favor, en los mercados extranjeros. Si los importa á pesar de los derechos exorbitantes, se producen dos efectos igualmente perjudiciales; en el interior, obligar al consumidor nacional á pagar precios mucho más elevados que los que rigen fuera para los mismos productos; y en el exterior, queda la fabricación francesa en una situación muy inferior ante la mirada de los concurrentes extranjeros; reducida á la impotencia, ve escapárse-

les los pedidos, y falta de primera materia utilizable, lleva al paro forzoso á sus obreros».

Lo mismo sucede para los tejidos de hilo.

Los fabricantes franceses de Lila de Armèntières, de Cholet, confiesan que no pueden producir la tela de Irlanda. Los enormes derechos que la gravan no han provocado su fabricación en Francia; pero afectan ó lastiman en sus fuerzas vitales, dice M. Julien Hayem, «á la lencería para la cual es materia prima aquella tela».

Estas comprobaciones muestran los motivos por los cuales la Memoria de la Comisión de Valores de Aduanas para 1907, decía: «Lo que nos hace falta es una importante cifra de negocios para la lencería de hombre» (pág. 291).

§ 8. *Bonetería y pasamanería.*—La Memoria de la Comisión de Valores de Aduanas, incluye en los vestidos, la bonetería y pasamanería; pero la *Tabla general del Comercio* las clasifica en los tejidos.

Sin embargo, el sistema de la Comisión tiene la ventaja de agruparlas; pero es preciso recordar que las cifras que á continuación se citan están ya comprendidas en los tejidos de seda y algodón. La bonetería, la pasamanería, los tules y encajes, los bordados, representaban en 1905 una exportación de 151 millones y una importación de 52 millones de francos.

La Memoria dice que «la bonetería de algodón parece llena de vitalidad en Francia»; la situación de la bonetería de seda es muy próspera.

La cifra de sus exportaciones está falseada por de-

claraciones erróneas del comercio y por el envío en paquetes postales.

Desde hace varios años y muy particularmente desde 1902, la fama de los encajes es extremada. El encaje negro está abandonado; todos los encajes blancos, desde el *valenciennes* y el *alençon* hasta el *punto de Venecia* y el encaje de Irlanda, son objeto de una sostenida demanda.

Los obreros en tules empleados en Rottingham, en Calais, en Candry y en Lión, producen encajes de randa fina. Los trabajos en bordado, principalmente empleados en Planen, Saint-Gall, San Quintín y Argenteuil, producen los encajes de randa gruesa, Venecia, Renacimiento é Irlanda.

La exportación de los encajes de algodón hechos por procedimientos mecánicos, ha sido en 1907 de 70 millones de francos.

Es imposible á la aduana conocer el movimiento de los encajes hechos á mano. Ese movimiento se realiza no sólo en los equipajes de los viajeros, sino en certificados por correo.

§ 9. *Automóviles*.—Hasta 1905 los automóviles eran comprendidos en las mercancías diversas, aunque en exportación se elevaba á la cifra de 100 millones de francos. Aún no están indicados aparte en el resumen comparativo de los *Documentos estadísticos*.

La Comisión de los Valores de Aduanas les ha fijado el valor de 10 francos por kilo.

Según esta tasa las exportaciones de automóviles han seguido la siguiente progresión:

1902....	30,2	millones de francos.		1906...	137,9
1903....	50,8	»	»	1907...	144,4
1904....	71,0	»	»	1911...	162,4
1905....	100,14	»	»		

De la exportación en 1911 al Reino Unido ha sido por valor de 59.900.000 francos; á Bélgica, por 38.036.000; á Alemania, por 14.400.000, y á los Estados Unidos, que en 1907, se elevó á 10.870.000 francos, ha decaído hasta 3.387.000 en 1911.

§ 10. *Vinos y aguardientes.*—Los vinos constituyen el único artículo de alimentación que se encuentra incluído en los trece principales objetos de nuestra exportación. No obstante, los vinos son un artículo de lujo para la mayor parte de la población mundial. Hay dos centenares de millones de habitantes de nuestro planeta, que no han bebido jamás un vaso de vino.

Basta comparar los valores y las cantidades de los vinos importados y exportados para darnos cuenta del carácter de nuestro comercio.

IMPORTACIONES

	1907		1911	
Vinos ordinarios.	Cantidades. Mil hectls.	Valores. Mil frs.	Cantidades. Mil hectls.	Valores. Mil frs.
En barriles...	5.759,4	87.636,5	8.023,6	278.522,5
En botellas...	6,0	309,9	7,5	374,0
Vinos de licor.				
En barriles...	156,3	10.857,6	198,0	19.608,0
En botellas...	1,4	216,9	2,2	390,0

Estos vinos se evalúan: los ordinarios de Argelia y Túnez en barriles, á 15 francos el hectolitro en 1907

y á 30 en 1911; los de otros países, á 35 francos el hectolitro, tanto en uno como en otro año; los vinos de licores de Argelia y Túnez en botellas, á 40 francos el hectolitro en 1907 y á 50 en 1911; y los de otros países á 75 francos en 1907 y á 100 en 1911.

EXPORTACIONES

		1907		1911	
		Cantidades. Mil hectls.	Valores. Mil frs.	Cantidades. Mil hectls.	Valores Mil frs.
Vinos ordinarios.					
De la Gironda.	En barriles.	816,0	53.067	552,3	39.447
	En botellas.	56,8	8.810	40,5	7.082
De otras regiones.	En barriles.	1.398,3	62.918	619,9	37.196
	En botellas.	45,5	6.827	44,3	5.510
Vinos espumosos.					
Champagne y otros.		205,1	80.804	205,5	79.597
Vinos de licor.					
En barriles.....		31,7	3.960	32,8	4.098
En botellas.....		58,2	11.637	73,5	14.597

Estos vinos están evaluados		en 1907		en 1911
Vinos ordinarios.				
De la Gironda	En barriles: Destinados á Rusia....	95 pts. hect.	—	100
	En barriles: á I. Mauricio, Asia, Oceanía y Reunión..	45	—	60
	En barriles: á otros países.....	65	—	75
	En botellas.....	115	—	175
De otras regiones..	En barriles.....	40	—	60
	En botellas.....	150	—	125

Estos vinos están evaluados	en 1907	en 1911
Vinos espumosos.		
Champagne para Rusia..... 475	--	— 475
— — Estados Unidos. 450	—	— 450
— — Inglaterra..... 425	—	— 425
— — Alemania.. 400	—	— 400
— — otros países..... 350	—	— 350
Vinos de licor.		
En barriles.... 125	—	— 125
En botellas..... 200	—	— 200

Nosotros importamos vinos baratos y exportamos vinos caros.

El precio de los vinos varía con los diversos países. Todos los consumidores no piden las mismas clases.

Se fundan grandes ilusiones sobre el poder absorbente de los vinos por los pueblos extranjeros. Es útil conocer nuestros principales clientes y la parte que toman de nuestros vinos, parte pequeña que por cierto no aumenta la de nuestros buenos clientes como los ingleses.

	Vinos de la Gironda.	1907 Hectls.	1911 Hectls.
En barriles..	Gran Bretaña.....	124.200	64.300
	Alemania	151.000	125.400
	Bélgica	99.600	65.900
	Países Bajos	78.500	49.600
	República Argentina..	90.500	74.900
Totales.	Países extranjeros....	728.500	497.000
	Colonias.....	87.500	55.100
En botellas.	Gran Bretaña...	14.268	8.730
	Bélgica	3.989	2.000
	Países Bajos.....	2.047	1.300
	Estados Unidos.....	5.808	5.808
Totales.	Países extranjeros....	52.100	38.100
	Colonias.....	4.700	2.300

		1907	1911
	Vinos de otras regiones.	Hectls.	Hectls.
En barriles.	Gran Bretaña	33.700	35.800
	Alemania	332.800	106.200
	Bélgica	153.900	101.500
	Suiza	562.600	100.300
Totales.	Países extranjeros	1.398.000	489.800
	Colonias	174.500	130.100
En botellas.	Gran Bretaña	5.959	2.500
	Bélgica	3.046	3.800
Totales.	Países extranjeros	37.800	37.500
	Colonias	7.000	6.800
	Vinos de Champagne y otros espumosos.		
	Rusia	6.732	10.400
	Gran Bretaña	57.800	63.100
	Alemania	12.900	11.200
	Bélgica	70.700	59.300
	Estados Unidos	13 900	10.600
	República Argentina	5.100	8.900
Total Países extranjeros		200.234	201.100
	Colonias.		
	Argelia	1.206	1.280
	Indo-China	1.510	1.059
Total Colonias		4.900	4.400

Relativamente á la población, Bélgica es un buen cliente; ocupa el segundo lugar de Holanda para el Burdeos. Alemania es un buen cliente en cuanto á la cantidad, pero no por la calidad de los vinos que nos compra. La exportación del vino de Burdeos al Reino Unido ha disminuído mucho. Los Estados Unidos, con sus 92 millones de habitantes, sólo nos compran 10.000 hectolitros de champagne, y Rusia apenas rebasa la misma cantidad. En París nos imaginamos á los norteamericanos y rusos como gran-

des bebedores de champagne, y sólo lo son algunos.

Nosotros exportamos en 1907 al extranjero, aguardientes en cantidad de 115.000 hectolitros contados en alcohol puro, y por valor de 29 millones de francos; y á las Colonias 230 hectolitros, por valor de 40.000 francos; en 1911, exportamos 88.600 hectolitros por valor de 21.105.000 francos. Nuestro gran comprador es el Reino Unido; 42.200 hectolitros en 1907 y 39.000 en 1911. En segundo lugar está Bélgica: 4.200 hectolitos en 1907, y 5.000 en 1911.

Los Países Bajos nos han comprado 3.400 hectolitros en 1907, reducidos á 2.200 en 1911.

Estas cifras no comprenden más que el alcohol puro; por consiguiente, sería necesario doblarlas para tener la cantidad real de aguardientes exportados; pero ellas muestran cuán restringida es nuestra clientela, que además ha disminuído en una gran proporción desde 1907 á 1911.

CAPÍTULO VIII

LOS OBJETOS FABRICADOS EN LAS EXPORTACIONES

§ 1.—En Francia, en el Reino Unido, en Italia, en Austria-Hungría, en los Estados Unidos.
§ 2.—La hulla y los objetos fabricados en el comercio del Reino Unido.
§ 3.—Exportación de los objetos fabricados en el comercio alemán, Carteles y *dumping*.

§ 1. *Proporción de los objetos fabricados en las exportaciones.*- Los objetos manufacturados importaron en 1907 un 59,7 por 100 del total de nuestras exportaciones. Y el Presidente de *l'Assotiation pour l'Industrie et l'Agriculture française*, decía el 17 de Mayo de 1913, con gran entusiasmo: «Tenemos un exceso de 1.747 millones de francos de exportación sobre la importación de objetos fabricados.» En efecto, 3.352 millones de exportación contra 1.605 de importación; pero en relación al total de nuestras exportaciones, que es de 6.636 millones, las de los objetos fabricados representan sólo un 50 por 100. Han disminuído, pues, en comparación con las de 1907, y, por otra parte, tal proporción es inferior á la de la Gran Bretaña y á la de Alemania.

¿Es Francia el único país en tales condiciones?

Es preciso no hacerse ilusiones. He aquí las proporciones en diversos países, por los cinco años que se mencionan:

		Exportación total.	La de objetos manufacturados.	Tanto por 100.
		En millones de francos.		—
1900-1904.	Reino Unido....	7.250	5.030	80
1899-1903.	Alemania.....	5.735	3.239	65
1899-1903.	Francia.....	4.155	2.130	55,6
1899-1903.	Italia.....	1.148	306	21,5
1899-1903.	Austria Hungría.	2.096	858	41,7
1899-1903.	Estados Unidos.	5.600	2.074	30

Para el año 1905 las proporciones permanecen casi las mismas:

Reino Unido.....	8.250	6.750	82
Alemania.....	7.301	4.775	65
Estados Unidos.....	8.515	2.823	33
Francia.	4.866	2.348	56

En 1911 encontramos:

Francia....	6.076	3.509	58
Reino Unido.....	11.353	9.055	80
Alemania	10.325	6.976	68,9
Estados Unidos (año fiscal 30 de Junio 1911) — Objetos para industria..	10.417	1.606	15
Estados Unidos (año fiscal 30 de Junio 1911) — Objetos para comercio..	»	2.511	30

En 1905 Inglaterra ha exportado 4.002 millones de francos de objetos fabricados más que Francia, ó sea un 145 por 100 de más; Alemania ha exportado 2.037 millones más que Francia, ó sea un 74 por 100; la exportación de los Estados Unidos excede á la

nuestra en una cantidad insignificante, pero cuando menor es, está á la par.

En 1911 la exportación de los objetos fabricados

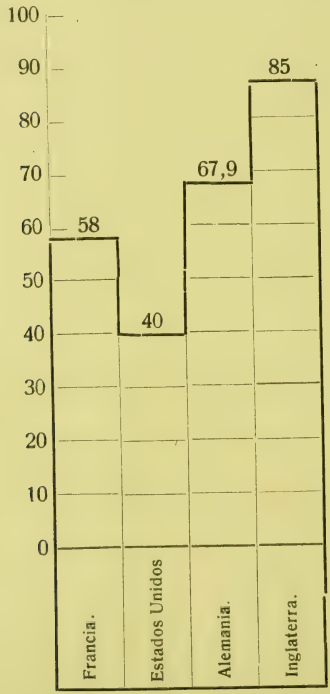

GRÁFICO 8.—Tanto por ciento entre la exportación de objetos fabricados y el total de las exportaciones en los años 1899-1904.

del Reino Unido excede á la nuestra en 5.546 millones ó sea en un 159 por 100. La de Alemania rebasa

á nuestra exportación total; excede á la nuestra de objetos fabricados, en 3.467 millones, ó sea casi en un 100 por 100. La exportación de los mismos objetos de los Estados Unidos es de 4.117 millones de francos, y excede á la nuestra en 608 millones.

Las cifras de la exportación de Bélgica no son comparables, porque comprenden en las materias destinadas á la industria, un cierto número de objetos fabricados.

La exportación especial de Suiza es de 948 millones de francos, ó sea más del 75 por 100 de su exportación total que es de 1.255 millones.

España incluye la fundición en las materias para la industria y no en los productos fabricados.

La exportación de éstos suma 234 millones de pesetas, ó sea un 24 por 100 de la exportación total que es de 962 millones.

Las grandes naciones europeas, las más avanzadas en evolución económica, tienen una exportación de objetos fabricados que relativamente al conjunto de sus exportaciones, aventaja á la exportación francesa de los mismos objetos.

§ 2. *La hulla y los objetos fabricados.*—Esta comparación tiene por objeto destruir un cierto número de ideas y prejuicios que están en circulación. Cuando se habla de la enorme exportación de Inglaterra, es bien raro que no diga alguno:

—¡Ah! ¡Inglaterra tiene la hulla!...

Indudablemente, Inglaterra tiene su hulla de Cardiff, de las que se sirven todas las marinas, incluso la francesa de guerra. La exportación de la hulla in-

glesa ha sido en 1911 de 64.599.000 toneladas por valor de 38.447.000 libras (961 millones de francos), para una exportación total de productos británicos por valor de 454 millones de libras esterlinas (11.353 millones de francos), ó sea un 8,5 por 100; y relativamente á la exportación de objetos fabricados, un 10 por 100. Estas proporciones permanecen siempre las mismas.

§ 3. *Exportación de los objetos fabricados en el comercio alemán.*—La comparación de las cantidades y valores de las exportaciones del imperio alemán en 1905, da los siguientes resultados:

	Cantidades — Toneladas —	Valores — Marcos —	Valor de la tonelada —
Importaciones.	54.307.000	7.436.000.000	137,2
Exportaciones..	40 566.000	5.841.000.000	144

La diferencia entre el valor de la tonelada importada y de la exportada es de 6 marcos 7 pfennings, ó sea un 4,8 por 100. Pero cuando se trata de objetos fabricados, esa diferencia es otra.

He aquí cómo se dividía el comercio alemán en 1905:

	Importación.		Exportación.	
	Cantidades Mil toneladas. —	Valores Millones de marcos. —	Cantidades Mil toneladas. —	Valores Millones de marcos. —
Primeras materias....	42 251	3.457	34.296	1.400
Objetos fabricados...	2.317	1.328	3.702	3.822
Artículos de alimentación.....	9.737	2.343	2.566	507

El valor de la tonelada importada de objetos fabricados es de 573 marcos y el de la exportada de

1.032; la diferencia es, pues, de 530 marcos, ó sea de un 92 por 100.

Llamo la atención sobre el valor de la tonelada de objetos fabricados, exportada por Alemania.

Se repite en Francia que Alemania sólo vende los géneros de mala calidad y baratos. Sin embargo, el valor de la tonelada de objetos fabricados, exportada por Alemania en 1905 fué de 1.291 francos, y el valor de la exportada por Francia de 1.529. La diferencia, pues, es sólo de 238 francos, ó sea un 18 por 100.

Cierto que esta diferencia, casi de una sexta parte, es digna de tenerse en cuenta, pero el valor de la tonelada de los objetos alemanes, prueban contra la leyenda, que Alemania no da gratuitamente sus productos y que no lo sacrifica todo á la baratura.

Se habla mucho de los *cartels* y del *dumping*, la venta al extranjero á un precio inferior del que rige para los compatriotas.

Pero, como resulta del libro de M. A. Raffalovich, *Trusts et cartels*, y de los trabajos que sobre esta cuestión publica anualmente en *le Marché financier*, los *cartels* no comprenden todas las industrias. En la lista establecida para la *enquête*, por M. Posadowski, el 27 de Noviembre de 1902, se encuentran *cartels* en la industria minera y siderúrgica; en la industria química, el de las salinas y el de la sosa; en la industria papelera, el del papel para imprimir; en la industria agrícola, el de la refinería y del azúcar, el de la venta de alcohol; en la cerámica, los sindicatos del cimento; de las cristalerías del Rhin y de Wesfalia, de los fabricantes de cristales.

La casi totalidad de estos *cartels*, lejos de favorecer la exportación de los objetos fabricados, la perjudican mucho, puesto que ellos tienden á vender materias primas ó productos destinados á ulteriores manipulaciones, en condiciones onerosas para los fabricantes de objetos acabados.

La exportación de vidrios y cristalerías en que más se emplean los *cartels*, sólo entra en la cifra de las exportaciones por 68 millones de francos.

Su influencia en el aumento de las cifras de la exportación de los productos manufacturados, sólo se ejerce realmente para los productos siderúrgicos, cuya exportación ha alcanzado las más elevadas cifras en 1902 y en 1903, ó sea 283 y 325 millones de francos, respectivamente; pero Alemania lanzaba al exterior sus stocks, porque el interior estaba saturado. Era una liquidación, y el *dumping* habitual es una liquidación permanente que las más de las veces tiene por resultado proporcionar á los industriales y á los obreros extranjeros materias primas bastante baratas: esto es, lo que indica la exportación alemana de productos siderúrgicos á Inglaterra:

	Toneladas.
1902	807.600
1903	836.000
1904	554.000
1905	723.000

El aumento de la exportación en 1905 se debe á la demanda de los astilleros de construcción naval en Inglaterra (1).

(1) Raffalovich, *Le Marché financier*, pág. 348.

CAPÍTULO IX

NUESTROS GRANDES CLIENTES

Los siete países que nos compran por más de cien millones.—Variaciones de nuestras ventas entre ellos —Parte de nuestras exportaciones en sus importaciones.—Nuestras exportaciones á ocho países en los años de 1903 á 1907.—Concentración de nuestras exportaciones.—Cinco naciones absorben el 68 por 100 de ellas.—Parte de las exportaciones francesas en la importación total de los ocho grandes clientes.—Algunos de nuestros suministradores no nos compran.—Necesidad del estudio de las compensaciones.

Los grandes clientes que, según nuestras cifras de aduanas, nos compran por más de cien millones, eran siete hasta 1905; en 1906, la República Argentina alcanzó por primera vez la cifra de 114 millones.

	Término medio anual en millones de francos.			
	1887-1891	1892-1896	1903-1905	1911
Reino Unido	936,6	986,3	1.220,0	1.206,0
Bélgica	512,3	496,7	687,3	1.024,0
Alemania	334,4	336,7	563,6	794,0
Estados Unidos	275,3	228,8	233,5	380,0
España	169,9	113,2	114,8	136,0
Italia	146,1	121,7	191,4	278,0
Suiza	226,7	174,7	261,8	394,0
República Argentina	»	»	»	170,0

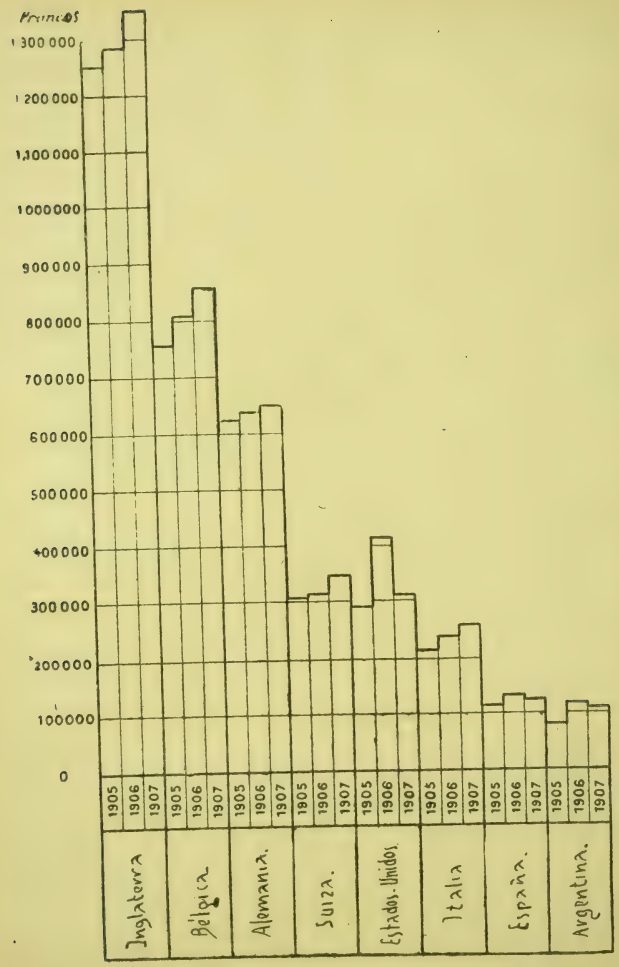

GRÁFICO 9.—Exportación de Francia á sus ocho principales clientes.

Tomando como punto de partida el período de 1887-1891, encontramos que las exportaciones de Francia, en proporción á 100, han sido á estos países.

	1887-1891	1892-1896	1903-1905
Inglaterra	100	104,0	129
Bélgica	»	97,0	134
Alemania	»	100,6	168
Estados Unidos	»	74 0	96
España	»	67,0	74
Italia	»	83,0	146
Suiza	»	83,0	115

Según la tarifa de aduanas de 1892, de siete países, nuestras exportaciones sólo aumentaron á uno sólo, el Reino Unido, en un 4 por 100. Mantuviéronse al mismo nivel en Alemania y disminuyeron en los demás.

Entre los dos períodos extremos, hay un espacio de doce años.

El aumento de nuestras exportaciones á Inglaterra ha sido, pues, de casi un 2 $^1/_2$ por 100 anual; á Bélgica, de poco menos de un 3 por 100; á Italia, de casi un 4 por 100, y á Alemania de un 5,6 por 100; pero es preciso comparar el progreso de nuestras exportaciones á los diversos países con el de las importaciones de éstos. ¿Conservan nuestras exportaciones la misma proporción? ¿Han aumentado ó han disminuído?

	1887-1891		1892-1896		1903-1905	
	Importación total.	Procedente de Francia.	Importación total.	Procedente de Francia.	Importación total.	Procedente de Francia.
	(En millones de francos.)					
Inglaterra	5.080	943,6	5 270	986,3	13.946	1.220
Bélgica	1.598	512,3	1.625	344,5	2 835	690
Alemania	4.417	334,4	5.090	317,7	7.868	565
Estados Unidos	3.161	275,3	3.380	228,8	5.312	266
España	870	169,9	748	113,2	973	115
Italia	1.323	146,1	1.164	121,7	1.951	191
Suiza	872	226,7	885	174,7	1 225	265

Representando por 100 las cifra de las importaciones totales, las mercancías francesas importan para:

	1887-1891	1892-1896	1903-1905
Inglaterra	118,5	118,7	108,0
Bélgica	132.6	121,1	124,3
Alemania	107,5	106,2	107,1
Estados Unidos	108,6	106,7	105,0
España	119 6	116,4	111,8
Italia	110,2	110,4	109,8
Suiza	125,9	119,7	121,6

He aquí el detalle para los años siguientes:

	1903	1904	1905	1906	1907
	(En millones de francos.)				
Inglaterra	1.192,0	1.214,0	1.256.2	1.294,2	1.368,8
Bélgica	630,6	677,7	763.7	803,6	860 9
Alemania	512,8	555,3	628,8	640,3	649,7
Estados Unidos	254,5	250,1	294,9	402 1	395,5
Suiza	240,6	233,1	302,2	308,8	351,6
Italia	171,6	190,1	712,5	247,1	264,0
España	122,1	110,9	111,4	131,0	125,5
República Argentina	56,6	73,3	87,7	114,0	110,8

Las cifras de nuestras exportaciones á las demás naciones son mucho más bajas. En 1907, hemos enviado mercancías al Egipto por valor de 65,1 millones de francos; al Brasil, 63,8; á los Países Bajos, 58,5; á la Turquía, 58,0; á Rusia, 57,5, y á Méjico, 47,4. Siempre conviene recordar lo que se ha dicho sobre la dificultad de conocer el país de destino efectivo.

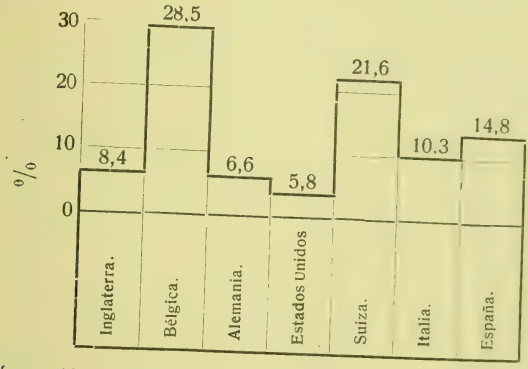

GRÁFICO 10.—Tanto por ciento de las mercancías francesas en el total de las importaciones de nuestros principales clientes.

Nuestra exportación está más concentrada que nuestras importaciones. Tenemos muchos suministradores por más de 100 millones y sólo ocho compradores que rebasen esa cifra. De estos ocho compradores, cinco países, Reino Unido, Bélgica, Alemania, los Estados Unidos y Suiza, han absorbido en 1906, 3.447 millones de 5.265 que importa la exportación total, ó sea un 65,4 por 100; y en 1907, 3.626

millones ó sea el 64 por 100, casi los dos tercios del total: 5.596 millones. La cifra de nuestras exportaciones á los Estados Unidos fué de 252 millones de francos, término medio, en los años de 1903 y 1904; en 1905 fué de 294 millones; llegó á elevarse á 402 millones, pero después ha bajado á 395.

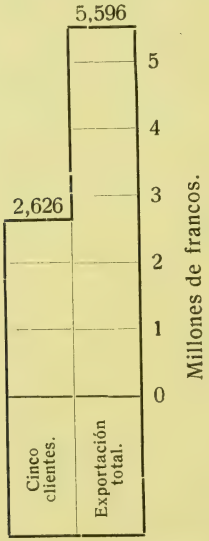

GRÁFICO 11. - Los clientes cuyas compras exceden de 300 millones.

No necesito insistir en el interés que debe haber en no comprometer mercados tan importantes como limitados. Sin embargo, hemos visto á hombres de Estado, que por buscar salidas insignificantes no han reparado en comprometer las naturales.

El aumento de nuestras exportaciones en los años 1906 y 1907 no ha variado las proporciones en que aquellas estaban respecto á las importaciones totales de los diversos países.

He aquí el tanto por ciento que representan las mercancías francesas en dichas importaciones:

Inglaterra	108,4
Bélgica	120,3
Alemania	106,6
Estados Unidos	105,8
Suiza	120,0
Italia	110,2
España	114,8

Refiriendo esta proporción al período 1903-1905 vemos que tiene más bien una tendencia á disminuir que á aumentar.

En ningún país hemos mantenido la proporción de nuestras exportaciones en relación con las importaciones totales.

Inglaterra, Alemania, Bélgica, son, al mismo tiempo que nuestros mejores clientes, nuestros mayores suministradores; vienen después los Estados Unidos que nos envían muchas más mercancías que importan de nosotros: en 1907 las Indias inglesas nos enviaron productos por valor de 360 millones de francos en tanto que sólo les expedimos por valor de 23 millones. A la República Argentina exportamos 111 millones é importamos de ella 287. Rusia nos vende por valor de 270 millones y nos compra sólo por valor de 57 millones y medio. A la China compramos por valor de 212 millones y sólo le vendemos por 20 millones, etc. ¿Es que las Indias y la China nos dan

sus mercancías sin recibir nada á cambio? Así lo pretenden los proteccionistas, pero no lo demuestran. Las comparaciones entre las importaciones y exportaciones de los diversos países *deben provocar el estudio de la manera en que se realizan las compensaciones.*

Si comparamos las cifras de las exportaciones de algunos países con la de la exportación de Francia en los años 1905 á 1907, encontramos.

EXPORTACIÓN DE OBJETOS NACIONALES

	1905	1906	1907
	(En millones de francos.)		
Francia	4.867	5.265	5.596
Reino Unido	8.245	9 389	10.600
Alemania	7.845	7.816	8.440
Estados Unidos	8.330	9.243	9.870

El tanto por ciento de aumento de las exportaciones en estos países, ha sido:

	1905 á 1906.	1906 á 1907
Francia	8	6,3
Reino Unido	14	13,5
Alemania	10	8,0
Estados Unidos	10	6,8

El aumento de la exportación del Reino Unido en 1906 á 1907 ha sido igual á la suma de los aumentos de las exportaciones de Alemania y Estados Unidos, más de 1.200 millones de francos.

CAPÍTULO X

COMPARACIÓN DEL COMERCIO DE FRANCIA CON EL DE SUS GRANDES CLIENTES

§ 1.—Importaciones.—Exportaciones.—Valores totales.—El Comercio en relación á la población.—Necesidad de nuestra modestia.

§ 2.—Conclusiones.

Si comparamos el comercio de nuestros siete principales clientes (1) con el nuestro, en los años de 1907 y 1911, encontramos:

	Comercio especial.—Año 1907. (En millones de francos).		
	Importaciones.	Exportaciones.	Total.
Francia	6.223	5.596	11.819
Reino Unido (2)	13.896	10.650	24.496
Alemania	10.802	8.460	19.263

(1) La República Argentina no alcanzó los 100 millones hasta 1907.

(2) El total de las importaciones del Comercio británico es de 26.930 millones de francos, de los que las importaciones reales son 16.287 millones.

Si deducimos los 2.320 millones de francos de las reexportaciones, encontramos 13.967 de importaciones y 10.743 de exportaciones de productos británicos.

Esto es lo que constituye su comercio especial.

Comercio especial.—Año 1907.

(En millones de francos).

	Importaciones.	Exportaciones.	Total.
Estados Unidos (año solar)..	7.331	9.302	16.934
Bélgica.....	3.773	2.848	6.621
Italia.....	2.760	1.851	4.612
Suiza.....	1 614	1.153	2.767
España (1906).....	948	943	1.891
		Año 1911	
Francia	8.065	6.769	14.142
Reino Unido.....	14.430	11.353	25.783
Alemania...	12.133	10.325	22.265
Estados Unidos (año solar)..	7.966	10 701	18.667
Bélgica.....	4.508	3.580	8.088
Italia (1910).....	3.246	2.079	5.295
Suiza.....	1.802	1.257	3.059
España.....	995	976	1.971
República Argentina.....	1.834	1.730	3.564

Comercio exterior de Francia.	1907	1911
Representando el comercio francés por...	100	100
El comercio inglés es.....	220	183
— alemán	163	158
— de los Estados Unidos.....	143	132
— belga..... . ..	56	57
— italiano.....	38	37
— suizo.....	23	15
— español.....	23	

Las importaciones de cereales en 1911 han aumentado la cifra del comercio francés, pero otras importaciones han aumentado también la del comercio alemán. Las diferencias más bien se han atenuado que acentuado.

Para Bélgica é Italia, las cifras han permanecido las mismas.

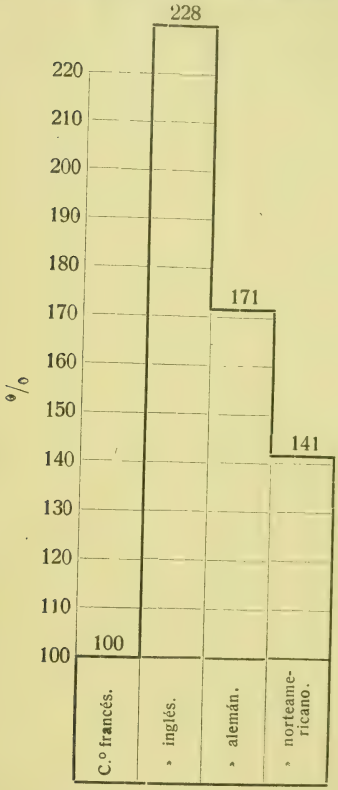

GRÁFICO 12.—Tanto por ciento entre el Comercio de Francia y el del Reino Unido, Alemania y los Estados Unidos (1906).

Si comparamos el Comercio con la población de cada país, encontramos:

Países.	1907 Habitantes. — Millares.	1907 Comercio por habitante.	1911 Habitantes. — Millares.	1911 Comercio por habitante.
Francia.....	39.250	302	40.000	355
Reino Unido.....	44.177	561	45.000	573
Alemania.....	60.641	316	65.000	342
Estados Unidos...	84.154	202	92.000	203
Bélgica....	7.098	976	7.400	1.093
Italia.....	33.733	138	34.700	152
Suiza.....	3.375	814	3.750	800

§ 2. *Conclusiones.*—De este estudio del comercio exterior de Francia podemos deducir:

1.° Después del tratado de Comercio de 1860, el Comercio exterior de Francia adquirió un gran desarrollo que se prolongó hasta el último período de su régimen (1876-1880).

2.° Ha retrocedido después de las modificaciones de tarifas de 1881 y de 1892.

3.° Francia tiene nueve principales clientes á los que vende por más de 100 millones.

4.° Si la cifra total de su Comercio es superior al de Bélgica y al de Suiza en cifras absolutas, es muy inferior á ellos relativamente á la población.

5.° Una parte de nuestras exportaciones á las colonias no es más que un reembolso de los gastos de los Presupuestos que se han invertido ó se invierten en ellas, y estas exportaciones son debidas á las tarifas de aduanas.

6.° Francia no ha mantenido la proporción de sus exportaciones en relación á las importaciones totales de sus principales clientes, y salvo en las de Bélgica y Suiza, esta proporción es muy débil.

7.° La política económica de Francia debe tener por objeto asegurar el desarrollo de sus relaciones con los grandes clientes.

8.° Nuestros clientes son los pueblos ricos y nosotros les vendemos objetos caros y de lujo que no les son indispensables.

9.° Nuestras salidas aumentan con la riqueza de nuestra clientela.

10.° Debemos vender objetos de primera calidad y hacerlos pagar á un precio remunerador, observando para con los clientes la más escrupulosa moral profesional.

11.° Debemos buscar los medios de asegurar la sinceridad de nuestros productos.

LIBRO IX

La política de las salidas.

CAPÍTULO PRIMERO

LOS SEIS AGRAVIOS

Las recriminaciones.—§ 1. Los cónsules: cambios de recriminaciones.—Lo que exige el gobierno francés á sus cónsules.—Los consejeros del comercio exterior.—Los agregados comerciales.—M. Duckerts; viajes de estudio por los países europeos.—Los agregados comerciales.—*Estos no pueden tener una mentalidad comercial.*

§ 2. Ir al extranjero.—La familia estúpida.—Las madres sacrifican sus hijos al amor natural.

§ 3. Las lenguas extranjeras.—El inglés y el español.

§ 4. Los bancos.—Acusación de M. Domergue.—M. Cambón y los bancos ingleses.

§ 5. «Nuestra industria no es democrática».—M. Picard.—El poder de adquisición de los compradores de objetos de lujo no ha disminuído.—El aumento de riqueza de los otros pueblos nos proporciona una clientela.—La opinión de los secretarios de la Comisión de Valores de Aduanas.—Necesidad de la moral profesional.

§ 6. Los caminos de hierro y la marina mercante.—Patriotismo mal entendido.—*El comerciante sirve á su patria tanto mejor cuanto mejores negocios hace.*

Los franceses todos, repiten en todos los tonos:

—No vendemos bastante al extranjero. Y atribuyen esta falta de venta á seis causas:

1.ª, nuestros cónsules; 2.ª, no queremos ir al extranjero; 3.ª, no conocemos las lenguas extranjeras; 4.ª, la falta de bancos; 5.ª, nuestra industria no es democrática, y 6.ª, la falta de caminos de hierro y de marina mercante.

§ 1. *Nuestros cónsules.*—Asistimos en todos los países á una serie de recriminaciones contra los cónsules, recriminaciones en que no falta una cierta satisfacción; los comerciantes avivados querían que los cónsules fuesen sus agentes en vez de funcionarios del Estado; por otra parte, la mayoría de los cónsules se vengan de tal pretensión, recriminando en sus memorias la apatía, negligencia y falta de iniciativa de los industriales y negociantes franceses; publicistas cándidos hacen extractos de estas memorias y publicándolos proporcionan á nuestros rivales excelentes reclamos.

Algunos autores de memorias presentadas al Congreso de Mons (1905), sobre la misión de los cónsules, desde el punto de vista de la expansión económica mundial, quieren acumular á estos funcionarios toda clase de deberes. En vez de recargarles valdría más aliviarles.

M. Varocqué, miembro de la Cámara de los Diputados de Bélgica, pide desde luego que se les desembarace de ciertas atribuciones, que como en Inglaterra, se confíen las funciones notariales á un canciller. Los cónsules belgas no tienen que ocuparse del servicio militar de sus compatriotas. Este cuidado constituye una de las mayores ocupaciones de cien-

tos consulados franceses y exige centenares y aun millares de cartas por año. Desde el punto de vista de las relaciones comerciales, he aquí lo que el Gobierno francés exige de sus cónsules:

Relación general anual del movimiento del servicio postal. Memoria anual sobre la situación de la navegación y del comercio de los nacionales con indicación de los medios más adecuados para procurar al comercio y á la navegación la extensión y mejoras de que son susceptibles. Estado trimestral del comercio de entrada y de salida, así como de los buques franceses arribados á los diversos puertos de la jurisdicción; resúmenes de dichos estados en dos de conjunto al cabo del año. Diez estados anuales distintos, clasificados bajo los títulos siguientes: 1.°, importaciones; 2.°, exportaciones; 3.°, importaciones y exportaciones reunidas de las principales mercancías; 4.°, movimiento general de la navegación; 5.°, navegación bajo pabellón francés; 6.°, navegación bajo un pabellón extraño; 7.°, industrias principales; 8.°, curso de los cambios; 9.°, precios medios corrientes de los principales artículos de comercio; 10.°, cursos de fletes marítimos y seguros. Boletín bimensual de los precios corrientes de los cereales. En Galatz y en varios centros productores de los Estados Unidos y del Canadá, el boletín debe ser semanal y extensivo á la carne. Envío al Gobierno de muestras de los productos extranjeros que puedan interesar á nuestros comerciantes, con indicación de los precios y de las cantidades disponibles. Está particularmente recomendados á los cónsules estudiar todos los artículos de esta índole así como los artículos que se pueden importar, señalando el gusto de los consumidores locales, la competencia que hay necesidad de hacer, los medios de acrecentar nuestras salidas, etc. En los dos primeros meses de cada año tienen que hacer una impresión de los resultados obtenidos en el año precedente, cuidando principalmente la parte práctica de este estudio. Recepción y clasificación de las muestras, prospectos y precios corrientes que

los industriales ó productores franceses juzgaran conveniente enviarles de manera que puedan consultarles los comerciantes de sus residencias. Boletines, periódicos ó quincenales destinados á dar á conocer al público el movimiento detallado del comercio general de importación y exportación, los precios de venta al por mayor y al detalle, de los principales ramos de la industria francesa. Resumen mensual, por quincena ó semanal, según los casos, de todos los hechos debidamente comprobados que se produjesen en la vida comercial, industrial, artística, agrícola, financiera del pueblo en que viven, leyes y reglamentos nuevos, costumbres locales y usos particulares.

¿Cuántos comerciantes é industriales hay que duden de que los cónsules les suministren todos estos datos? ¿Y cuántos se aprovechan de ellos? ¿Cuántos son los únicos que están suscriptos al *Moniteur officiel du Commerce?* ¿Y pueden los cónsules suministrar todos estos datos de otra manera que entregándose á compilaciones demasiado frecuentes para tomadas del registro?

A los cónsules se han agregado á los consejeros del comercio exterior. Algunos industriales ó comerciantes que han sido agraciados con este título, me han referido que se hallaban en muy enojosa situación. En vez de la confianza de que gozaban se les han demostrado prevenciones diciéndoles: «Lo que ustedes nos preguntan es para informar á vuestros compatriotas, á fin de suscitarnos competencias. No seremos tan cándidos que les ilustremos.» Los consejeros del comercio exterior, creados en Francia en 1898 como los agentes consulares gratuitos, son

una falsa concepción. Si ellos encuentran un negocio bueno lo harán desde luego por su cuenta. El gobierno que los nombra no tiene más acción sobre ellos que el privilegio que les da y la condecoración que ellos esperan. Bélgica, que no tiene cónsules de carrera en la mayor parte de los países y que se contenta con agentes consulares, se apercibe de ello.

La ley de 7 de Diciembre de 1908 ha creado en Francia seis plazas de agregados comerciales. Hay alguno que jamás ha ocupado su puesto y otros que no han concebido otra utilidad de su misión que las recompensas y consideraciones que han logrado en su carrera administrativa.

El agregado comercial tiene un defecto inherente á su función; que es siempre extraño á los negocios sobre los cuales ha de aconsejar en los que no ha de recoger ganancia alguna ni ha de sufrir pérdida en caso adverso.

La mentalidad del hombre que aconseja desinteresadamente, no es comercial.

El podrá desarrollar todo el celo posible, pero para el comerciante no será más que un aficionado.

Los comerciantes que quisieran transformar los cónsules en representantes pagados por los contribuyentes, creen que ganarían mucho con ello, olvidando que los cónsules seguirían siendo funcionarios.

Se ha llegado á pedirles datos sobre el crédito de las personas. Este género de datos está rigurosamente prohibido á los cónsules alemanes. Esto aparta á los cónsules de su misión y es enojoso que el

comercio exterior pueda decir que ellos le dan este género de información.

He aquí deberes que los cónsules tienen:

1.º Llenar sus funciones administrativas.

2.º Dar informaciones generales sobre los lugares en que están y las noticias que puedan interesar el comercio y la industria, las adjudicaciones posibles, los trabajos proyectados, etc.

3.º Y sobre todo hacer respetar los derechos de sus nacionales.

§ 2. *Nosotros no queremos ir al extranjero.*—Yo creo, sin esfuerzo, que este es el sentimiento de la mayoría de los franceses. Estos se encuentran muy bien en su patria que es el país del mundo en que la vida es más agradable. Las madres en Francia tienen un falso concepto de sus deberes hacia sus hijos. Ellas quieren protegerlos indefinidamente y los sacrifican á su afecto. El servicio militar es una dificultad más.

Nosotros tenemos en Francia las costumbres del género de familia que Le Play llamaba la familia estúpida: la familia permaneciendo ligada alrededor del hilo umbilical y los hijos con el apoyo de la familia formando enjambres á través del mundo. En Francia toda la familia permanece agrupada y esta agrupación, lejos de fortificarla, la debilita y debilita á sus miembros.

§ 3. *No conocemos las lenguas extranjeras.*—Esta es una consecuencia de aquel concepto de la familia. Sólo se aprende bien un idioma viviendo en el país en que se habla.

Yo creo, sin embargo, que en este sentido progresamos algo.

El inglés es la lengua comercial del mundo entero; el español es la general en la América del Sur. Estas dos lenguas mucho más importantes que la alemana desde el punto de vista comercial, son las que deben aprender los jóvenes que se dedican al comercio.

§ 4. *Los bancos.*—Achacar las responsabilidades arbitrariamente es una política tan inmoral como vieja.

«Los negocios van mal en Francia», dice M. Domergue, el doctor del proteccionismo en Francia (1). Y acusa de ello á los bancos.

Los grandes bancos absorbiendo el ahorro en Francia lo han apartado de sus aplicaciones más normales y fructíferas. Aquellos emplean nuestros capitales en comanditar, ayudar y alimentar el comercio y la industria en el extranjero.

Bien es verdad que M. Cambon, embajador en Londres, decía en un estudio titulado: *Anglaterre: Articles elogieux sur la Banque de France:*

Los bancos ingleses están muy lejos de prestar á la actividad británica todo el concurso que fuera de desear y que es necesario *(Moniteur officiel du Commerce*, 23 Abril, 1903.)

M. Jacques Siegfried, intentó organizar un banco destinado á satisfacer los requerimientos de M. J. Domergue.

§ 5. *Nuestra industria no es democrática.*—M. Picard, presidente de la Comisión de Valores de Adua-

(1) *Libre echange ou proteclion*, 1906.

nas, ha prestado su autoridad durante varios años á un prejuicio. Aunque debió contrastar en sus Memorias anuales que nuestros grandes compradores son los países ricos, decía en su Memoria de 1905:

Nadie ignora la profunda evolución democrática del consumo. Uno de los ejemplos más claros es el de la industria de la seda, respecto del cual los secretarios de la Comisión no dejan de insistir en cada una de sus Memorias anuales.

En otro tiempo, los productos de esta industria eran verdaderos objetos de arte y parecían reservados á una élite social. La nivelación de las fortunas, la difusión del bienestar, la complejidad de las necesidades de la vida contemporánea, las frecuentes variaciones de la moda, han dificultado la dispersión de estos artículos de elevado precio y han orientado el favor público hacia artículos más baratos y fácilmente renovables. Sin embargo, la producción de lujo constituye la superioridad incontestable de Francia.

Sigue un elogio de nuestras cualidades, y M. Picard declara que «el movimiento inevitable de la democracia no nos permitirá sacar de ellas todo el partido posible.» Y concluye:

Es preciso trabajar las capas profundas de los consumidores, ofreciéndoles productos poco costosos.

Según M. Alfred Picard, parece que «la difusión del bienestar» ha disminuído el poder de adquisición de los pueblos en que la riqueza se ha desenvuelto. ¿Hay en ellos, por consiguiente, menos personas capaces de comprar brocados de seda que hace veinticinco años? Nosotros sabemos en qué proporción se ha desenvuelto la riqueza en tres de nuestros grandes clientes: Inglaterra, Alemania y los Estados Uni-

dos; y gracias al desenvolvimiento de esta riqueza, ha aumentado el número de nuestros clientes.

El acceso de una multitud de personas á la comodidad, no ha disminuído la fortuna de la minoría. Rockefeller no ha disminuído en los Estados Unidos el número de ciudadanos que gozaban de comodidad.

Porque el número de los sujetos al impuesto de la renta en Prusia, 2.437.000 en 1892, haya alcanzado la cifra de 5.391.000 en 1907, poseyendo una renta de 900 marcos á lo menos; porque no haya cesado de aumentar en el Reino Unido el número de personas sometidas al *income tax*, á pesar de las sucesivas excepciones, ¿hay hoy menos millonarios en el Reino Unido, en Alemania y en los Estados Unidos que hace cincuenta años? Son mucho más numerosos, por el contrario (1).

Nuestros clientes ricos no han desaparecido, como lo prueban los negocios de las costureras y modistas de la *rue de la Paix*. Las Memorias de la Comisión de Valores de Aduanas de 1905 no llega en absoluto á la conclusión que de ella sacaba M. Picard. He aquí lo que decía la Memoria sobre la lencería (página 21).

La mayor partida de nuestra exportación de lencería se compone de objetos de lujo para señoras... Las actuales tendencias son francamente favorables á la lencería francesa.

En esa Memoria se habla del lujo de las ropas interiores, faldas, camisetas, cubrecorsés. He aquí lo

(1) Yves Guyot, 7.

que decía sobre los vestidos confeccionados (página 293).

La industria francesa ha conservado una superioridad innegable, no por el traje barato sino por los vestidos de lujo y por los modelos. Nuestros sastres y costureras han sabido asegurar la grande y rica clientela internacional.

En fin, M. Grandgeorge, dice en sus conclusiones:

No olvidemos que por nuestras aptitudes generales, nuestro gusto, la fertilidad de nuestras invenciones, sobresalimos en la producción de objetos de lujo y de fantasía.

Según M. Mortier (pág. 280),

la situación de la bonetería de seda es muy próspera. La afición, cada vez más extendida, á los objetos de lujo entre las clases que eran antes refractarias, ha favorecido la salida de estos productos. Los compradores de calcetines de seda á 120 francos la docena, muy raros en otro tiempo, son ya bastante numerosos; de esto resulta una demanda grande y continua, que ha sido favorable á esta industria de lujo

Nuestra industria de automóviles, que ha sabido procurarse una tan gran clientela en el extranjero, es hasta el presente una industria de lujo. La «difusión del bienestar» no ha disminuído el poder de compra de los pueblos en que la riqueza se ha desenvuelto. El deseo de comprar no basta; falta el poder de adquisición; y nosotros debemos contar, para la extensión de nuestros negocios, con el aumento de la riqueza en las naciones que nos compran. Repito que la *fortuna de un comerciante es la riqueza de su clientela.*

Este adagio se aplica muy especialmente á nuestro comercio exterior. Bien lejos de dolernos la pros-

peridad y riqueza de los demás pueblos, debemos contar con ella para aumentar nuestras salidas.

Debemos, pues, buscar los clientes, refinados ya por su educación y gozando de una comodidad que les da el poder de compra necesario. Pero ellos son inteligentes, *saben contar*. Debemos, por consiguiente, *observar ante ellos la moral profesional más estricta.*

§ 6.—Acusan, en fin, los celosos de la exportación á los caminos de hierro, aunque tienen éstos tarifas de exportación que constituyen, por otra parte, un error económico. Reclaman aquellos canales para exportar, sin duda sederías, modas y flores artificiales. No están más satisfechos de la marina francesa, á pesar de las primas y subvenciones con que está favorecida.

Recriminan al mismo tiempo á los comerciantes que expiden sus mercancías por Amberes ó por los puertos ingleses, é intentan desviar, con el recargo de depósito, las mercancías de otro mar que hubiesen tocado en puerto extranjero en vez de en puerto francés.

La mejor manera para un comerciante de probar su patriotismo, es hacer buenos negocios; así, enriqueciéndose, enriquece á su país. Que la marina sea nacional ó no, poco debe importarle; lo que le importa es la tasa de flete, la regularidad de las salidas y llegadas, la seguridad que represente y la tasa de seguros.

Yo aporto el siguiente ejemplo de M. G. de Leener:

Cuatro líneas de vapores se habían asegurado el monopolio de la navegación de Amberes á Alejandría: una alemana, dos

inglesas y una belga perteneciente á la Casa Armadora de M. A. Deppe, de Amberes. Las cuatro líneas habían convenido una tarifa común, de suerte que la línea belga no tenía ninguna ventaja de sus nacionales. Una nueva línea inglesa, bajo el nombre de *Sphinx line*, vino á bajar los fletes en un 40 ó 50 por 100 y á abrir una salida á los productos belgas. ¿Debieron los productos belgas continuar en la línea de M. A. Deppe, so pretexto de patriotismo? (pág. 16.)

La marina francesa, costándonos muy cara, aumenta nuestros gastos generales; y el régimen de la ley de 1893 era tal que los veleros podían navegar en lastre sin otro objeto que coger primas.

CAPÍTULO II

ESFUERZOS PARA DESARROLLAR LAS EXPORTACIONES

§ 1.—Organizaciones destinadas á desarrollar el Comercio en el extranjero.—*Office du Commerce exterieur*.—El *Comité francés de las exposiciones en el extranjero*.—Instituciones análogas al *Office du Commerce exterieur*, en los Estados Unidos, Holanda, Reino Unido, Austria y Hungría. Las Cámaras de Comercio nacionales en el extranjero.—En Alemania no hay agrupaciones con espíritu desinteresado.—Las sociedades de exportación.—Museos flotantes.—Proyectos franceses de agrupaciones comerciales.

§ 2.—Publicaciones.—Dos categorías.—Publicaciones americanas, inglesas, belgas, alemanas.

§ 1.—Después de haber enumerado los seis agravios, buscamos medios para desarrollar nuestras exportaciones al extranjero. Ya he expuesto algunos de los que se piden al Estado; la creación de agregados comerciales; la obligación para los cónsules de cambiar la naturaleza de sus funciones; la construcción de canales y la concesión de nuevas primas á la marina mercante.

La ley del 3 de Marzo de 1898 ha establecido en París el *Office du Commerce exterieur*, del que el gobierno ha tenido el acierto de no tomar bajo su dirección, la cual ha dejado á la Cámara de Comercio.

El *Office du Commerce exterieur*, muy activamente dirigido, publica el *Moniteur officiel du Commerce* que

contiene toda clase de documentos y las Memorias de los Cónsules. Además da noticias comerciales sobre ciertas clases de comercio y archivos comerciales.

Francia ha tenido la iniciativa de una notable institución: el *Comité français des expositions*, en el extranjero, fundado en 1890 por iniciativa de M. Gustave Sandoz, por un cierto número de miembros de los comités y jurados de las exposiciones de Barcelona (1883) y París (1889). Ha tomado parte en las exposiciones de Amsterdam (1890), de Imspruck (1896), San Petersburgo (1896-97-99 y 901), Bruselas (1897), Bergen (1898), Glasgow (1901), Hanaï (1902-03), San Luis (1904), Lieja (1905), Milán y Buckarest (1906), Dublin (1907), Lucerna (1908), Bruselas (1910) y Gante (1913). Su presidente actual, el senador M. Emilio Dupont, indicaba en estos términos, á propósito de la Exposición franco-británica (1908) el carácter de su acción: «Separación absoluta de los poderes del empresario y del expositor y exclusión voluntariamente sistemática del Comité de los beneficios de la empresa y de la instalación».

En las exposiciones que organiza y en las cuales toma parte, el Comité representa y defiende los intereses de los expositores franceses; su intervención no debe reportarle ningún beneficio material. Cuando hay beneficios se reparten proporcionalmente entre las clases y son reembolsados á los expositores.

La mejor manera de conseguir que nuestros productos sean apreciados en el extranjero, es mostrarlos.

El *Department of Commerce and Labor* de los Esta-

dos Unidos ha creado el 1.º de Julio de 1905 una oficina para favorecer el comercio exterior.

En Holanda, toda persona puede obtener por medio florín (1,05 francos) en el *Bureau Voor Handelsinlishten*, informaciones relativas al comercio de exportación.

Desde 1900, en el *Board of trade* se encuentra la *Commercial Intelligence Branch*, constituída por un consejo de veintiún miembros; nueve representan á los diversos departamentos ministeriales y á las colonias autónomas, y doce, de los cuales nueve son elegidos de una lista presentada por la Asociación de las Cámaras de Comercio del Reino Unido, representan los intereses privados.

A ese Consejo se ha agregado en 1903 el *Imperial Institute for the United Kingdour, the colonies and India*, que había construído un soberbio palacio cerca del *Konsington Museum*. El ha reunido muy bellas colecciones.

La Sociedad Austro-húngara de exportación de Viena; la Sociedad de exportación de Praga, y los *bureaux* creados en la mayor parte de las Cámaras de Comercio de Austria procuran informar á los exportadores.

En Hungría, la *Ungarische Handels Aktiengesellschaft* sostiene agencias de venta en Méjico, Viena, Berlín, Túnez y Amsterdam (1).

---

(1) En España tenemos el *Centro de Expansión Comercial* del Ministerio de Fomento, desde 1912, y el *Centro de Información Comercial* del Ministerio de Estado, muy anterior á muchos de los citados por el autor.—(N. del T.)

El *Orientalische Museum* fué fundada en Viena en 1873 y ha abierto museos en el Brasil.

El museo comercial de Bruselas data de 1880.

Hay en Estockolmo, Haarlem, Milán, Turín, Ruan, Lilla, Francfort-sur-Mein, Lisboa, Filadelfia, Tokío, en las Islas Filipinas y en Santiago. Cristianía tiene un *Export-Bureau.*

El museo comercial de Budapest ha abierto exposiciones permanentes en una treintena de villas: Belgrado, Buckarest, Constantinopla, Salónica, Smirna, Alejandría, el Cairo, etc.

El gobierno japonés ha organizado museos comerciales en Bombay y en varios puertos de China.

Yo he visitado estos museos; he visto, en general, colecciones de muestras muy antiguas; no pareciéndome mucho más al corriente que el museo colonial francés. Hay una oficina destinada á informar sobre las adjudicaciones al extranjero.

Las Cámaras de Comercio nacionales en el extranjero pueden prestar grandes servicios cuando tienen á su frente hombres inteligentes que no consideran que los residentes agrupados alrededor de la Cámara, poseen el monopolio del Comercio del país en que se encuentran, y no miran con desconfianza, como á concurrentes que hay que evitar, á los compatriotas que allí van.

La primera Cámara de Comercio en el extranjero fué fundada en 1870, en Constantinopla, por los residentes austriacos y húngaros, y fué reconocida por el gobierno de su país en 1874.

En 1872, los ingleses fundaron en París la Cámara de Comercio británica.

Desde 1883 se han fundado treinta y seis Cámaras francesas de Comercio en el extranjero; actualmente funcionan veintiséis. Se sostienen con las cotizaciones de sus miembros y reciben una subvención del gobierno de 80.000 francos.

Alemania fundó en Londres el año 1904 una institución de este género; el mismo año fundó en Marruecos el *Verband zur Foerderung der Deuschen Interesten für wirtschaftliche Unternchmun gen in Argentinien.* Estos títulos indican la ambición de estos grupos.

En Alemania es donde la organización oficial del comercio exterior está menos desarrollada (1). Esta nación no crea grupos con un espíritu desinteresado.

La *Exportverein* sajona, fundada en Dresde en 1885 y el *Exportbureau* de la Asociación Bávara de los industriales, fundada en 1905, son Asociaciones comerciales.

En Stuttgart se fundó en 1882 por una Asociación de industriales de Wurtemberg, un Museo de muestras, *Export Musterlage,* que solo está abierto á los comerciantes. Los fabricantes no están autorizados para examinar las muestras expuestas por sus rivales.

La Dirección del Museo se encarga de transmitir los pedidos á los fabricantes, mediante una comisión. Todos los años publica una Memoria de la que el cónsul de Francia transmite un resumen.

(1) G. de Leener, pág. 284.

La *Deutsche Export Bank*, de Berlín, ha creado una oficina de exportación. Los miembros pagan una cotización anual de 50 marcos y una tasa por información que pidan y obtengan. Publica una colección mensual y un anuario de las Casas de exportación, distribuyendo 50.000 ejemplares.

El *Exportbureau* de la *Deutsche Export Bank*, de Berlín, fletó, en 1886, de acuerdo con la Sociedad de geografía comercial, una exposición flotante que dió la vuelta al mundo. Los resultados no han sido lo bastante satisfactorios para animar á repartirla.

En Francia, proyectos ingeniosamente concebidos han preconizado la creación de grupos comerciales que, siendo los gastos por cuenta de sus miembros, enviaran viajantes y representantes de comercio al extranjero. Estos grupos se compondrían de industriales ó de comerciantes que vendiesen productos diferentes, pero de una misma especialidad. Esta idea, lejos de ser absurda, tiene un fundamento comercial é interesado que pudiere provocar la iniciativa privada. M. Demolins (1) y M. Germain Paturel (2), la han defendido. Sin embargo no se han llevado aún á la práctica. Acaso el obstáculo que encuentra sea el sentimiento mezquino de no querer coadyuvar un individuo á una obra que pueda reportar á otro una parte de los beneficios.

---

(1) *Pour développer notre commerce exterieur, groupes d'expansion commerciale*. (1904).

(2) *Mutuelles-Exportations*. Grigant. *Pour l'expansion française.*

§ 2.—Las publicaciones relativas al comercio exterior pueden ser divididas en dos categorías: 1.°, las que se destinan á informar los extranjeros sobre aquello que pueden encontrar entre los nacionales y sobre las casas á que pueden dirigirse; 2.°, las que son destinadas á informar á los nacionales sobre las salidas que pueden encontrar en el extranjero.

En la primera categoría se encuentran los diversos *directorios* ingleses y americanos; el *Bottin* francés pertenece á las dos categorías, puesto que tiene un volumen consagrado al extranjero.

En la segunda, se encuentran en Francia las publicaciones del *Office du Commerce exterieur*, el diario *Le Commerce exterieur* y diversos periódicos especiales.

La mayoría de las Cámaras nacionales en el extranjero, publican boletines muy interesantes.

El *Bulletin consulaire* belga, mensual, compuesto con Memorias anuales, era muy útil á geógrafos y economistas; pero llegaba muy tarde para los comerciantes. Ha sido reemplazado por el *Moniteur officiel du Commerce* que es semanal.

El *Board of trade Journal* fué mensual al principio y se ha hecho semanario; cuesta un penny el número.

La *Manufacturers Association of Great Britain* decidió, en 1905, una publicación análoga.

El *British Journal* es un diario de exportación inglesa, publicado en japonés y en español.

El *Department of Commerce and Labor*, de Washington, tiene numerosas publicaciones.

Los *Daily consular Reports* reproducen las infor-

maciones enviadas por los cónsules día por día.

Las *Special consular Reports* se ocupan de los géneros especiales de industria ó comercio.

La *National Association of manufacturers*, de los Estados Unidos publica, bajo el título de *American trade Index*, un repertorio de la industria americana, en inglés, en español, en alemán y en francés, conteniendo referencias sobre los artículos que pueden ser exportados. En los Estados Unidos no circula.

El Museo comercial de Filadelfia publica el *Weekly Bulletin of foreign trade opportunities*.

El *Industrial Orient* aparecía mensualmente en Tokío desde 1895.

El Ministerio del Interior alemán publica Memorias consulares anuales, acompañadas de documentos, tales como las tarifas de aduanas.

En Monatliche Nackrichten über Hande und Industrie, aparecen monografías económicas. Un boletín semanal que tiene por título *Nachrichten für Handel und Industrie* se dirige gratuíta y confidencialmente á las Cámaras de Comercio y á las Asociaciones de industriales y de comerciantes.

CAPÍTULO III

EL ESFUERZO DEL INTERESADO

Los huevos.—Eliminación del mercado de Londres.—Descuidos.—Embalaje defectuoso.

Hay una cosa que no puede ser reemplazada por nada: el esfuerzo directo del interesado.

¿Hacen todo lo que pueden los productores y los comerciantes franceses? En 1905, importábamos 21.500.000 kilos de huevos y exportábamos 8.130.000. En 1907, importamos 24 millones de kilos y exportamos 5.580.000. En 1911, hemos importado 28.917.000 kilos y hemos exportado 5.356.000.

¿Es que se han hecho maltusianas nuestras gallinas?

En el Reino Unido la importación de los huevos ha seguido desde 1892 la progresión siguiente: 95 millones de francos en 1892, 157 millones en 1902, 180 en 1907; pero en vez de mantenerse en esta progresión la de los huevos franceses, que importaba cerca de 40 millones de francos durante la década 1877-1886, ha decaído hasta 14 millones en 1905 y á francos 13.300.000 en 1907.

¿Por qué no bastan los cultivadores á surtir el

mercado interior? ¿Por qué se dejan eliminar del mercado inglés? No sin cierto rubor leo en la Memoria del año 1905 de la Comisión de Valores de Aduana, las siguientes líneas: «El poco cuidado que se pone en la limpieza y en la clasificación de los huevos, acarrea sobre este producto un disfavor, en tanto que los de primera calidad, bien presentados, son los que tienen mayor aceptación en el mercado de Londres» (pág. 73).

Yo confío en que algún día desaparecerá de las estaciones de ferrocarriles del Sudeste, este aviso que se encuentra por todas partes desde hace unos años: «La Administración de los caminos de hierro alemanes, previene que declina toda responsabilidad en el transporte de flores procedente de Francia, á causa de su mal embalaje.»

En fin, en vez de pretender que atiendan otros á nuestra necesidad, cada uno debe tener *el máximum de agentes que tengan el máximum de interés en extender su producto.*

CAPÍTULO IV

LOS TRATADOS DE COMERCIO

§ 1.—Necesidad de Alemania de celebrar Tratados de comercio.—Peligro de la doble tarifa.—Efecto de los Tratados de comercio sobre la tarifa general.—El regateo.—Los Tratados de comercio son transacciones.—M. L. Strauss: *ellos impiden las elevaciones de las tarifas y no dificultan las reducciones.*—Los convenios por doce meses.—Tarifas máximum y mínimum.—Libertad é inestabilidad de las tarifas.—El Reino Unido usa de la libertad de las tarifas.—Cláusula de nación más favorecida.—Los Tratados de comercio son una garantía para los Gobiernos.

§ 2.—El Gobierno británico y las *tariff reformers*.—Peligro de que ellas no graven los objetos fabricados.—Proposiciones que puede hacer el Gobierno francés.—Oposición de la Comisión de Aduanas.—Su proyecto de elevación de los derechos de la tarifa general.—Preparación para una guerra de tarifas.—Vanidad ridícula de esta amenaza.—Desdén de los librecambistas ingleses.—M. Russell Rea: las ventajas del monopolio de las libres importaciones.—Desprecio de los Tratados de comercio.—M. Balfour amenaza con el *talionismo aduanero*.—Porvenir alamante.

Todas estas combinaciones tienen por objeto abrir salidas; pero cuando una puerta está cerrada, si ella impide entrar, impide también salir.

M. G. Schmoller, el decano de la Universidad de Berlín, que no considera la economía política más que desde el punto de vista oportunista, dice:

La política de Bismarck de 1879 á 1890 había sido una modificación necesaria y saludable; pero desde 1885, había introducido por demás el espíritu de lucha del antiguo mercantilismo, y cuando él abandonó el poder, dejó á Alemania en una situación penosa y enojosa. Quedaba expuesta á encontrar el 1.° de Febrero de 1892, en la mayoría de los Estados, tarifas generales muy elevadas y perder, acaso, en gran parte su exportación.

M. G. Schmoller, añade:

Alemania se decidió á renunciar á su autonomía aduanera y á concertar Tratados de comercio; y como el Canciller Caprivi le había hecho el servicio de llevarlos á buen término, fué derribado por los conservadores y los proteccionistas. (Tomo V, pág. 413.)

En el período de elaboración de los nuevos tratados, «le comité économique», casi exclusivamente compuesto de proteccionistas, creía sustituir la autoridad del Gobierno.

Si el Gobierno se hubiese decidido por una doble tarifa, la preponderancia hubiera pasado del Gobierno al Parlamento. Los principales errores de la tarifa fueron corregidos por el Canciller del Imperio y por los Estados federados.

M. Schmoller concluye diciendo: «La discusión en el Reichstag es una nueva prueba de la incapacidad en que están los grandes Parlamentos de establecer buenas tarifas de aduanas.» (Tomo V, pág. 414.)

Así, pues, Alemania ha debido adoptar el régimen de los tratados de comercio que, inaugurado por

Francia é Inglaterra en 1860, ha valido á Europa, durante veinte años, una política de libertad comercial. A pesar de todos los esfuerzos de los proteccionistas, jamás se ha osado restablecer las prohibiciones que ellos suprimieran, pero la política alemana de los tratados de comercio ha tenido una consecuencia que M. G. de Molinari (1) indicaba en los términos siguientes:

Como no se puede concertar un tratado sin hacer concesiones mutuas, es decir, sin resignarse á importar productos, en los que se pierde para exportar otros en que se gana, he aquí el artificio ingenioso al que han recurrido los proteccionistas, rusos, alemanes, suizos, etc., y del cual sus congéneres franceses han cometido la inexplicable falta de no percatarse á tiempo, á pesar de las advertencias de M. Méline; ellos han hecho elevar el nivel general de sus tarifas de tal manera que hace ilusorias las reducciones particulares que conceden. Así los tratados de comercio destinados á facilitar los cambios internacionales y á asegurar la estabilidad, han venido á ser en manos de los proteccionistas instrumentos que sirven para entorpecerlos.

Esta es la política de la cuquería clásica. Pero este regateo hace muy pintoresca la situación de los comerciantes. Cada uno combate en interés del adversario, y cuenta como éxito todo servicio que, á no dudar, ha hecho á éste.

Ninguno de los dos se apercibe de ello, y ambos obran de buena fe: el uno rehusando los servicios que quiere hacerle el otro, y éste entregándose á habilidades múltiples para obligar á que acepte la parte contraria.

(1) *Journal des Economistes*, Nov. 1906.

Explicaré en pocas palabras cómo se producen estas chistosas negociaciones que acaban precisamente por un resultado opuesto al que persiguen las partes.

Cuando compráis alguna cosa, debéis procurar pagarla lo más barata posible; y si no lo hacéis así, os exponéis al consejo de familia previsto por el Código civil para los incapacitados para contratar.

Pero si se trata de un convenio comercial, ¿á qué tienden los esfuerzos del representante de Francia? Cuando en 1906 negociaba con Suiza, quería hacer pagar á sus compatriotas, 275 francos más por la seda negra y 400 por la de color, que debieran hacerlo según el precio del mercado.

Y ¿por qué se esforzaba el representante de Suiza? Por disminuir la multa con que el negociante francés quería imponer á los franceses.

Sin embargo, el negociador francés, á instancias del suizo, consintió en reducir los derechos á 250 francos, y á 325, respectivamente, para las sedas negras ó de colores. Con aire de generosidad y condescendencia el representante francés dijo al suizo:—Os hago ese obsequio. Y no hacía un regalo á los suizos sino á los franceses, á sus compatriotas, puesto que disminuía en 25 y 75 francos el gravamen que el Gobierno quería imponer á las sedas.

Por su parte, Suiza creía también recibir un regalo, y se frotaba las manos y se felicitaba de su habilidad, y seguramente decía con jactancia: «¡He arrancado 25 y 75 francos al negociador francés!»

En realidad, lo ha logrado del representante fran-

cés en interés de los consumidores franceses que tanto menos tendrán que pagar.

Siempre que un negociador consiente en una reducción sobre la tarifa que defiende, gana, y, por el contrario, siempre que la mantiene ó la eleva, pierde.

Es el juego del ganapierde. Cada uno de los negociadores hace precisamente lo contrario de lo que quiere hacer.

Cuando uno de ellos obtiene una rebaja de la tarifa del adversario, hace un servicio á los compatriotas del adversario. Y cuando mantiene alta la tarifa para sus compatriotas, cree haber obtenido un triunfo sin embargo de haber procurado en detrimento de aquéllos.

Y se confía á hombres serios el cuidado de entregarse á estos ejercicios. Estos hombres serios lo aceptan, y yo añadiría aún, que no hacen una gestión inútil. Como ambos negociadores hacen todos sus esfuerzos para obtener una rebaja de tarifas del contrario, ambos trabajan en conjunto por las reducciones para mayor conveniencia de las dos partes. Sólo hay de anormal que cada uno combate en contra de los intereses que cree servir y en favor de los de la parte adversa.

Los tratados de comercio no son más que una transacción con los proteccionistas; pero como ha dicho muy bien M. Louis Strauss, una vez concertados, impiden la elevación de las tarifas y no dificultan la reducción (1).

(1) Congreso Internacional del Librecambio, Agosto, 1908.

Francia se halla actualmente bajo el régimen de la ley de 29 de Diciembre de 1891, que aplica la tarifa mínimum á los productos ó mercancías originarias de los países á los que beneficiaba entonces la tarifa convencional y que consintieran por su parte aplicar á las mercancías francesas el trato de nación más favorecida.

Pero «este convenio no puede ser concertado sino con la reserva por el Gobierno francés de dejarlo sin efecto, notificando esta intención con doce meses de anterioridad».

La ley de 11 de Enero de 1892 estableció el sistema de la tarifa máximum y de la tarifa mínimum inflexibles. Esto es lo que llaman los proteccionista «la libertad de las tarifas».

Desde la tarifa de 1892, según una Memoria de M. Berhens, presidente de la Cámara de Comercio británica de París, había tenido hasta el mes de Marzo de 1908, 193 modificaciones llevadas á la tarifa de aduanas por la vía legislativa, y 155 por decisión del Comité Consultivo de artes y manufacturas, ó sea 348 modificaciones en total. A lo que hay que añadir algunas otras, que á no ser por ellas el derecho de aduanas sobre el moniato, no hubiere evitado el peligro que parecía amenazar á la patata francesa.

Los tratados de comercio son camisas de fuerza que impiden á las fantasías proteccionistas turbar el curso de la industria y del comercio. Ellos estabilizan, durante un cierto número de años, las perturbaciones producidas por los derechos de aduanas en el curso natural de los cambios. Aparte de los acciden-

tes económicos, malas ó buenas cosechas, cambios de modas, excesos de gastos, atascamientos de mercancías, etc., los industriales y los comerciantes saben al menos que las condiciones de sus aprovisionamientos ó de sus salidas, no corren el riesgo de ser modificadas en veinticuatro horas por cambios de las tarifas de aduanas.

Inglaterra ha podido establecer el 19 de Abril de 1901 un derecho de salida de un chelín por tonelada de hulla. El art. 11 del Tratado de 1860 decía: «Las dos grandes potencias contratantes se obligan á no prohibir la exportación de la hulla, y á no establecer sobre dicha exportación derecho alguno.» De ello resulta que si el tratado de comercio hubiese estado siempre en vigor, Inglaterra no hubiese podido establecer aquella tasa.

El Gobierno británico no hubiese podido aumentar más el recargo sobre los vinos de 14 de Abril de 1899.

Se ha atacado «la cláusula de nación más favorecida». Sin embargo, en todos los tratados de comercio concertados en estos últimos años, se ha mantenido dicha cláusula.

Ella es garantía, para cada una de las partes contratantes, de que al siguiente día de la prima de un tratado, nuevas condiciones otorgadas á un tercero, no vengan á anular los objetos de aquél. M. Fontana-Russo, en su *Traité de politique commerciale*, ha expuesto bien claramente la cuestión.

Los tratados de comercio tienen además otra ventaja: ellos representan la tranquilidad del Gobierno

contra las acometividades proteccionistas, durante el período por el cual se han concertado

Si el Gobierno *free-trader* británico, concluye actualmente un tratado de comercio con Francia, paralizaría las empresas de las *tariff reformers*, durante diez años por lo menos. Pero cree que no tiene necesidad de tomar esta determinación. Sin embargo, no sigue la política económica que ha permitido á sus predecesores librecambistas realizar sus reformas económicas y fiscales.

Es un Gobierno pródigo con la legislación social (1), pero será tumbado en la cuestión fiscal y reemplazado por otro en el cual tendrán preponderancia las *tariff reformers*. Han fracasado por establecer tasas sobre los alimentos y materias primas con tarifas de favor para las colonias, según el programa de M. Chamberlain; dirán que «para ensanchar la tarifa» se puede establecer tasas sobre los objetos fabricados que no son de primera necesidad, consumidos por la población más acomodada y rica, y que pueden también ser fabricados en Inglaterra. Se cargarán con un derecho los tejidos de seda, los de lana, las modas y las flores artificiales, las ropas y lencería, las pieles preparadas, los trabajos en pieles y cuero, la tornería y la brochería, las automóviles, etc. ¡Es preciso buscar recursos para las *old age pensions!* ¿Dónde encontrarlos? Hélos indicado ahí, todos los cuales, según los viejos sofismas protec-

(1) El Congreso de librecambistas. Véase *Journal des Economistes*, Agosto, 1908.

cionistas, serán pagados por el extranjero y protejerán el trabajo nacional; argumento de doble filo, á la vez proteccionista y demagógico: ¡dar trabajo á los obreros, recargando el lujo!

Por otra parte, con la mayoría proteccionista de la Cámara, el Gobierno francés debe demandar el apoyo de los 1.700.000 viticultores; y él sólo puede obtenerlo demandando antes del Gobierno británico la reducción del 50 por 100 en la tasa sobre los vinos, elevada el 14 de Abril de 1899. A cambio, el Gobierno francés sólo puede ofrecer al británico la supresión del recargo de depósito que grava á las mercancías de otro mar que han tocado en puerto europeo antes de llegar á Francia.

La Comisión de Aduanas defiende aún y declara que, lejos de permitir á un Gobierno estabilizar las tarifas por un tratado, entiende se deben elevar las tarifas de aduanas. Ella encuentra aún poco gravosa la tarifa general, de la que quiere hacer una máquina de guerra. ¿Contra quién? No lo dice. En Europa, sólo Portugal está sometido á ella. ¿Quién aplica la tarifa general al Reino Unido? ¿Cuál es la mayor importancia en Francia de aquel país? La hulla. ¿Quiere aplicarla á Alemania? El art. 11 del Tratado de Francfort concede á ambos países el trato de nación más favorecida. ¿Se ha de emplear esa máquina de guerra contra Repúblicas de la América del Sur? ¿Pero puede afectar la tarifa general á aquellos productos que son materias primas ó artículos de alimentación?

Esta preparación para una guerra de tarifas es una

amenaza para todos; y nada más funesto ni más ridículo que una amenaza que jamás puede ser ejecutada. Ella sólo provoca el menosprecio de los librecambistas ingleses. En el Congreso Internacional de librecambio, organizado en 1908 por el *Cobden Club*, M. Russell Rea, gran industrial, expuso de la siguiente manera «la política de las importaciones libres». Robert Peel la adoptó en virtud de razonamientos abstractos; pero ella ha dado pruebas de su eficacia. Las tarifas extranjeras, hostiles al comercio de la Gran Bretaña, no han disminuído el comercio de exportación de este país. J. M. Russell Rea se pregunta si no favorece al Reino Unido el tener el monopolio del librecambio.

Pero la distribución del capital y del trabajo en el extranjero, como también en el Reino Unido, depende en gran parte de la actitud de los Gobiernos proteccionistas extraños. La política proteccionista ha impedido á la Gran Bretaña limitar su actividad á media docena de industrias especiales cuyos productos hubieran sido absorbidos por otras naciones especialistas.

La importación libre ha permitido al Reino Unido: 1.°, entrar en lucha aun dentro del país, con los industriales protegidos; 2.°, mantener su supremacía en los mercados libres; 3.°, proporcionar condiciones ventajosísimas que han favorecido el establecimiento de nuevas industrias en Inglaterra; 4.°, ser el transportador, el comisionista y el banquero del comercio internacional.

Los librecambistas ingleses dicen:—Nosotros no

tenemos necesidad de tratados de comercio; nos basta el monopolio del librecambio.

Los *tariff reformers* del matiz de M. Balfour, dicen:—Nosotros impondremos tarifas de represalias que nos reportarán grandes recursos sobre los productos que vendéis entre nosotros, y no las rebajaremos si no disminuís vosotros vuestros derechos sobre los hilados finos y tejidos de algodón, sobre las máquinas y artefactos, y tres ó cuatro artículos más.

Tal es el alarmante porvenir que se nos ofrece en nuestras relaciones comerciales con el Reino Unido. Esta situación ha sido acarreada por la monomanía proteccionista que sufre Francia desde 1880.

CONCLUSIONES [1]

1.ª Los tratados de comercio serán elementos de estabilidad y seguridad económicas, en tanto que los prejuicios proteccionistas tengan alguna influencia.

2.ª Dichos tratados deben ser concertados por una duración mínima de diez años, y contener la cláusula de la nación más favorecida.

3.ª Deben contener una cláusula prohibitiva de las primas de exportación.

4.ª Cuando un tratado de comercio general no es posible, los países deben celebrar convenios particulares, pero comprendiendo un largo período que pueden ser útiles inmediatamente y que pueden más tarde conducir á un tratado de comercio general

(1) Un documento presentado á la Cámara de los Comunes en 1908 (Comercial, núm. 4, 1908), contiene la lista de todos los tratados de comercio en vigor en 1.º de Enero de aquel año. En ella se indican las disposiciones esenciales.

LIBRO X

Los elementos perturbadores del Comercio.

CAPÍTULO PRIMERO

INTERVENCIONES DIVERSAS

El bimetalismo.—Los derechos compensadores.—Las cargas fiscales del comercio.—La legislación social. Las primas. —El azúcar.—Comisión instituída por el Instituto Internacional de Estadística.—Monopolios del Estado.

Cuando los reyes y los señores alteraban el valor de la moneda, siempre que tenían necesidad de recursos, trastornaban todos los contratos, cambiando la situación de deudores y acreedores. En el presente, los bimetalistas han heredado su mentalidad. Si monsieur Mèline y los demás jefes de la liga bimetalista hubieran triunfado, habrían arrojado á Francia en un cataclismo que hubiera recordado los dichosos días de los asignados.

Cuando el Estado da algo, es menester que lo haya cogido de alguien. El no crea riquezas: no puede

hacer más que cambiarlas de lugar, y como lo hace empleando procedimientos violentos, no sólo priva, á quienes quita de lo que quita, sino que destruye más riquezas que las que da.

Por los países proteccionistas establece impuestos privados, obtenidos de antemano sobre la mayoría de los consumidores en provecho de una minoría insignificante de protegidos.

Los proteccionistas llamaban á veces «precios compensadores» á los derechos protectores que proponen. ¿Compensadores de qué? ¿De los impuestos existentes? Pues esos precios compensadores son también impuestos. Y los impuestos añadidos á los existentes no los desgravan ni los compensan: los agravan.

Mr. Alfredo Neymarck presentó en la sesión del Instituto Internacional de Estadística de 1903 una Memoria sobre la *Estadística de las cargas fiscales que pesan en los diversos países sobre los comerciantes y los industriales.*

Agravan los gastos generales; y una desgravación valdría más para la apertura de nuevos mercados que todo el celo que se pide á los cónsules y á los agregados comerciales.

Mr. Menier, decía, con razón, que todo impuesto sobre la circulación ataca á la producción, en razón, geométrica.

No solamente hay impuestos fiscales que deben engrosar las arcas del Tesoro y de los municipios para contribuir á los servicios de interés común, sino que los Parlamentos, so pretexto de legislación social,

quitan á los unos para dar á los otros. Así se dan primas. En Europa hemos visto desarrollarse y prosperar, durante el curso del siglo XIX, la industria azucarera, menos preocupada del producto que de las primas á coger. Habiendo olvidado que el verdadero objeto de la industria es la venta, produjo se preocupase de la colocación. Y se llegó á un magnífico resultado, de Europa poseía la industria y los ingleses el azúcar. Sin la convención de Bruselas de 5 de Marzo de 1902, la industria azucarera habría sucumbido en un desastre.

El régimen de primas constituye, como ha dicho Mr. Smet de Naeyer, un proteccionismo agresivo.

En Francia, de los 66 francos de derechos y de primas que paga el consumidor de azúcar, el 65 por 100 únicamente llega al Tesoro, el resto queda entre las manos de dos ó trescientos fabricantes que, de 1884 á 1902, han percibido más de 1.200 millones de francos de primas.

En 1894, el Canadá estableció un sistema de primas para los hierros y los aceros, para los que entretiene más de dos millones de dollares. Tenía, sin embargo, interés en comprar lo más barato posible todo el hierro necesario para su material.

En su sesión de 1907, el Instituto Internacional de Estadística nombró, según la Memoria de M. Raffalovich, una comisión encargada de reunir todos los datos referentes á las primas y subvenciones que perciben en diversos países las diferentes ramas de la actividad productora y distribuidora, especialmen-

te en la agricultura, la industria, el comercio y la marina.

El cometido de la comisión se limitó á las primas y subvenciones directas.

En Francia, el monopolio del tabaco por una percepción de 20 ó 30 millones, inferior á lo que alcanzan los derechos sobre el tabaco en Inglaterra, hace perder centenares de millones á la agricultura, á la industria y al comercio. El Estado lo exporta por 5 millones de francos, y, hábiles como somos para aderezar las cosas sabrosas, la industria del tabaco, entregada á los particulares, exportaría por centenares de millones.

CAPÍTULO II

COMERCIO PERSEGUIDO.—EL COMERCIO DE GRANOS.—LA PANADERÍA

El comercio de bebidas. - El privilegio de los quemadores de orujo. --Los *cabarets*.

Los viticultores denuncian el comercio; los agrarios alemanes, austriacos y franceses denuncian á los tratantes de trigo. Quisieran que comprasen siempre y que no vendieran nunca. En cuanto los precios bajan, ellos tienen la culpa. En Alemania se han prohibido las compras á término sobre cereales y se ha completado la prohibición con los derechos de aduana. En Francia, bajo el antiguo régimen, el desgraciado que compraba trigo cuando era abundante para revenderlo cuando hubiera menos, era condenado como acaparador. Durante la Revolución era colgado del farol más próximo con frecuencia. Hoy no es denunciado el acaparador, sino el vendedor de trigo. Ha habido más de media docena de proposiciones de ley al Parlamento para obligar á cada consumidor de pan á efectuar su provisión de trigo, todas las mañanas, del campesino de Beaüce ó de la Picordia.

El comercio de la panadería, siendo uno de los

más útiles, ha sido uno de los más perseguidos y lo sigue siendo siempre.

La ley de 2 de Marzo de 1791 había establecido la libertad de comercio, y la de 19-22 de Julio de 1791 prohibía á los municipios Laxar las mercancías; pero su artículo 30 establecía provisionalmente una excepción para el pan y la carne. La excepción dura.

Los alcaldes que en número de 300 se sientan en la Cámara de los Diputados, no quieren perder en modo de influir.

El art. 1.º de la ley de 1905 sobre los fraudes, dice que: «cualquiera que haya engañado ó tratado de engañar en la cantidad de los artículos vendidos, será encarcelado tres meses por lo menos, ó un año á lo sumo, y á una multa de 100 á 5.000 francos, ó á una sola de estas penas».

Los procuradores de la República, llenos de celo, la han tomado con el pan, pretendiendo que la forma del pan es indicadora del peso á despecho del dictamen de una Comisión instituída en 1839 por Mr. Delespat, prefecto de policía, y de que minuciosos experimentos han demostrado que todos los panes no conservan el mismo peso al salir del horno.

La fiscalización es un elemento perturbador para los comercios que considera como productivos, y uno que es objeto preferente de su atención, es el comercio de bebidas. Para la fiscalización no existe la libertad del trabajo ni del comercio. Sus agentes se instalan y penetran en todas partes y se inician en todos los negocios que inspeccionan.

La fiscalización aplicada á unos y á otros no da

un formidable contingente al fraude. Yo, conseguí un éxito parlamentario cuando el 11 de Marzo de 1888 hice votar á una mayoría la supresión del privilegio de los quemadores de orujo; pero al día siguiente la mayoría que yo había arrastrado, habiendo reflexionado por la noche, volvió sobre su voto, y á pesar de todas las tentativas posteriores, el privilegio de los quemadores subsiste todavía. Son defraudadores privilegiados.

El comercio de bebidas, no sólo está honrado con la atención del fisco, sino con la solicitud de la policía.

En virtud del decreto de 1851 que no fué promulgado ni por higiene ni por sobriedad, sino á fin de poner los cafés y los *cabarets* al alcance de la policía imperial, nadie podía abrir ó tener uno de esos establecimientos sin una autorización siempre revocable. La ley de 1880 les hizo entrar en el régimen de la libertad de comercio; pero los molestados piden que se vuelva al decreto de 1851. Y hemos oído así grandes diatribas sobre la criminalidad, la locura y el alcoholismo, desprovistos de toda prueba.

Cuando Caín mató á Abel, no lo hizo en un *cabaret.*

Pero es preciso molestar á las gentes para tener aires de actividad, y los taberneros existentes á los cuales se les promete conservar su establecimiento, no rechazan el regalo del monopolio con que se les obsequia.

De 1826 á 1830, los acusados de atentados contra las personas eran al año por término medio 1.824;

los acusados de crímenes contra la propiedad 5.300 y los condenados 4.350.

De 1876 á 1880, antes de la ley de 1880 sobre el despacho de bebidas, los acusados de crímenes contra las personas eran 1.851; contra la propiedad 2.523 y los condenados 3.420.

La criminalidad había disminuído, pues, y la disminución es todavía mayor que la indicada en las cifras, si se tiene en cuenta que la población era de 32.500.000 en el primer período y de 38.100.000 en el segundo.

Tomando el último quinquenio que publica el *Anuario* 1900-1904 (1) encontramos 1.273 acusados de crímenes contra las personas; 1.768 contra la propiedad y 2.090 condenados, siendo la población 39 millones de habitantes.

Si durante el período 1826-1830 había 100 acusados de crímenes contra las personas, no había más que 70 en el período 1900-1904 y 30 de crímenes contra la propiedad y 49 condenados (2).

El *Licensing bill*, en Inglaterra, medida á todas luces deplorable, propuesta por un gobierno que se dice liberal, muestra hasta qué punto las nociones más sencillas de derecho y de propiedad son obscuras todavía.

---

(1) Yves Guyot, comunicación á la Sociedad de Economía política, 5 Diciembre 1908, *Journal des Economistes* del 15 Diciembre.

(2) *Annuaire statistique de la France*, publicado en 1908.

CAPÍTULO III

EL PRETEXTO HIGIÉNICO

La nueva religión.—Ajenjo.—Albayalde.

La mayoría de los legisladores ignoran la separación que existe entre los hechos de orden jurídico y los de orden moral; y cuanto más los confunden, más se aproximan á la idea del gobierno paternal del jefe de clan ó de tribu (1).

So pretexto de moral, tratan de mezclarse en todo, y la higiene es la religión nueva de una multitud de gentes que se creen librepensadoras.

Semejante religión tiene sus dogmas y sus modas, sus manías y sus anatemas, que no son pocos. Sus pontífices y sus acólitos tratan de despertar los terrores que el diablo inspiraba en otro tiempo.

Bélgica ha prohibido el ajenjo. En Francia se han presentado proposiciones de ley para prohibirlo igualmente, y al mismo tiempo la Cámara de los

---

(1) Yves Guyot, **12**, pág. 108.

Diputados ha vedado el empleo del albayalde en el interior de las habitaciones (1).

Después de un siglo de la Revolución francesa volvemos á «los buenos tiempos pasados» en los que el rey consideraba que el trabajo era un privilegio que podía conceder, vender ó quitar á su antojo.

---

(1) Idem, **14** y **15**.

CAPÍTULO IV

LOS FRAUDES

Las calumnias oficiales.—El vino de fórmula.—La pasión del «Midi» contra el fraude.—La *Jungle*.—Propiedad de las marcas.—El alcohol industrial y el alcohol de vino.—La amnistía.

Ha podido leerse en la hoja de *Informaciones del Ministerio de Agricultura*, de 30 de Septiembre de 1905, y en el *Journal Officiel*, de 2 de Octubre del mismo año, una nota muy pesimista á propósito de la cosecha vinícola en la Gironda, que terminaba así:

Se han hecho importantes adquisiciones de paquetitos de azúcar desde hace dos meses, que nos prometen de 1.200.000 hectolitros á 1.500.000 de vino de ribera, que impedirán el curso de los vinos de uva.

Los viticultores de la Gironda elevaron sus protestas. Pidieron una información sobre la pintoresca aserción de que «la Gironda produciría en el año de 1.200.000 á 1.500.000 hectolitros de «vino de ribera» y sobre «la compra de los paquetitos de azúcar».

La Cámara de Comercio de Burdeos transmitió al

Ministro de Agricultura una carta en la que decía: «La adquisición de paquetitos de azúcar para la preparación de 1.200.000 á 1.500.000 hectolitros de vino corresponden en peso á 20.000 toneladas de azúcar.» ¿Dónde estaban esas 20.000 toneladas de azúcar? Pertenecía al Ministro de Agricultura comprobar el jigantesco fraude por medio de los paquetitos de azúcar.

De otra parte, el Sindicato de los grandes caldos de Médoc, la Asociación de cosecheros de la Gironda, el Sindicato de viticultores de Burdeos, el Sindicato de Saint-Emilion, el Comicio de Cadillac, el Sindicato de Cadillac y Podensac, el Comité de defensa de los vinos de la Gironda, la Unión sindical de negociantes de vinos de Burdeos, el Sindicato del comercio al por mayor de vinos y espíritus de la Gironda y el Sindicato de corredores de vinos de Burdeos y del departamento de la Gironda, reunidos el 14 de Octubre de 1905 en el local del Comité de defensa, Sala de la Martinica, 9, pidieron una rectificación.

El Ministro de Agricultura se limitó á dirigir la siguiente carta al diputado de Libourne, Mr. José Brisson:

Me apresuro á manifestaros que sólo á consecuencia de una equivocación, esa indicación, puramente confidencial, como muchas que se dirigen á esta Administración por diversos corresponsales, ha tenido una publicidad á la que no estaba destinada tratándose de una sencilla apreciación sujeta á ser comprobada.

En estas condiciones, no puedo, por menos, de significarle mi disgusto.

Los propietarios y negociantes de la Gironda quedaron poco complacidos con esta carta. La acusación había tenido la publicidad en la hoja de *Informaciones del Ministerio de Agricultura* y en el *Journal Officiel*. La carta del Ministro no fué insertada en ellos.

La carta, además, censuraba la publicidad; pero no desaprobaba el aserto. Es verdad que el Ministro añadía que la apreciación «estaba sujeta á ser comprobada». Cierto que lo estaba, pero el Ministro debía haberla comprobado.

Es extraordinario, que no se haya dado cuenta al Ministerio de Agricultura de las repercusiones que tienen sobre nuestro comercio en el exterior semejantes imputaciones. Yo puedo hablar con la autoridad que me dan largas y reiteradas experiencias en Inglaterra, Bélgica y los Estados Unidos. Las nomenclaturas del laboratorio municipal, las recriminaciones al Parlamento contra los vinos azucarados, las palabras como «vinos de ribera», han provocado la desconfianza entre los extranjeros. ¿Qué responder á quien os dice: á qué viene pagar caro el vino, cuando vuestros laboratorios, vuestros diputados, vuestro mismo Ministerio de Agricultura y los mismos viticultores, dicen que no vendéis más que fasificaciones?

El laboratorio municipal de París, el Estado y las víctimas «de las relaciones directas entre el productor y el consumidor», han dicho que el vino no era sino un producto artificial; y en efecto, el laboratorio municipal de París había dado una fórmula: tanto de alcohol, tanto de extracto seco, y el comerciante de

vinos que quería ponerse en regla, no se ocupaba del origen ni de la calidad del producto. Los sindicatos tomaron químicos que les permitían obtener productos con arreglo á fórmula especial.

Á visto uno espectáculos curiosos. En 1907 los viticultores de tres departamentos claman contra el fraude, lo denuncian y piden leyes draconianas que se aplicarán ¿contra quién?, contra ellos mismos.

Pidieron que la administración se entregara á una especie de inquisición entre cada uno de ellos, y que determinara también cuántos hectolitros había cosechado cada uno.

Finalmente, los sindicatos se constituyeron en delatores oficiales.

El «Midi» (Sur de Francia) reclama hoy nuevamente, afirmando que todas estas medidas magníficas no han ensanchado el mercado de vinos. Hubiera sido sorprendente lo contrario.

El fraudulento no es interesante, sino provoca leyes contra el fraude; y las leyes contra el fraude son siempre leyes de policía y de arbitrariedad.

La *Jungle* de Upton Sinclair ha llenado de terror á muchísimas personas que tomaban conservas alimenticias. Naturalmente, ha seducido á los políticos, despiertos siempre á todo lo que no saben. Yo he visitado el establecimiento de Swift, en Chicago. Me pareció excelente, como casi todos los establecimientos, en todos los países, donde se preparan los productos alimenticios. La mejor garantía que ofrecen, es que su interés está en satisfacer y no en envenenar á los clientes.

En 1887 formé parte de la Comisión extraparlamentaria de alcoholes. Mr. Alglave pedía el monopolio de la rectificación del alcohol en interés de la higiene y del tesoro.

Hecha la comprobación, se vió que la industria privada tenía interés en rectificarlo, y que lo rectificaba.

El respeto de la propiedad de las marcas, no es un hecho aún. Se vende coñac alemán, y es posible que los negociantes de coñac hayan vendido como tal los aguardientes en los que había alcohol de remolacha.

Pero los ministros pretenden que puedan reconocer el alcohol industrial y el alcohol procedente del vino; sin embargo, el alcohol puro, cualquiera que sea su procedencia, es un cuerpo homogéneo. Si el químico puede hacer esa distinción, hay dos clases de alcohol. ¿Qué fórmula da á cada una de ellas? (1).

Se dictan leyes terribles contra los fraudes; pero el falsificador profesional se las arregla para eludirlas, ó, si es urgente, para ganar tiempo, hasta que una amnistía, como la del 12 de Julio de 1906, le desembarace de las penas en que ha incurrido.

---

(1) Véanse ejemplos de los errores de químicos en *la Constitution des Charentes*, 2 Febrero 1908.

CAPÍTULO V

EL DESCANSO DOMINICAL

Una coalición de los clericales de todas las religiones, de los socialistas revolucionarios y de los desocupados profesionales, ha conseguido la ley del 13 de Julio de 1906 sobre el descanso semanal.

Semejante hecho prueba una vez más que cuando los legisladores olvidan ciertos principios de derecho llegan hasta lo absurdo. Yo les recuerdo:

Todo hombre, siendo propietario personal de sus fuerzas y facultades, tiene la libertad de usar de ellas según su voluntad.

Todo hombre es mejor juez de sus actos que los demás.

Todo hombre conoce mejor sus intereses que los demás que los ignoran.

Todo hombre debe tener su propio fin en sí mismo y no debe ser un medio para los otros.

Todo hombre tiene el derecho de discutir los contratos de compra, venta, alquiler de trabajo ó de servicios que le son propios; la ley no debe intervenir más que para asegurar la ejecución, si una de las partes defrauda.

Tales son los principios de la justicia conmutati-

va, y es curioso ver que en un país con sufragio universal donde cada ciudadano participa en la dirección de los negocios públicos y los legisladores son elegidos por él, se suponga que no es capaz de conducirse y estipular por sí mismo.

Toda la legislación socialista está inspirada por la justicia distributiva, según la cual siendo todo hombre un niño perpetuo, incapaz de discernir lo que puede perjudicar á los demás y á sí propio, debe estar sometido á la dirección de un poder superior que se encarga de pensar, decidir y obrar por él.

¿Quién dará á ese poder esa suprema sabiduría? Dios, según la teoría lógica del derecho divino.

Al renunciar á los principios de la libertad formulada por la Revolución y al tratar de aplicar el programa del socialismo alemán, la democracia francesa, gobierno laico de discusión, efectúa unas funciones que no convienen más que á una autocracia.

La mayoría de los diputados que votaron la ley del 13 del Julio de 1906, acudieron precipitadamente á los ministros para pedir que no se aplicara sino las derogaciones, excepciones y tolerancias que la han hecho un instrumento de arbitraridad y la evidencia absurda.

CAPÍTULO VI

LA RAPIÑA Y EL CAMBIO

§ I. La civilización de rapiña y la civilización de cambio.—Los ladrones privados son onerosísimos.—Supervivencia de las guerras comerciales.—J. Novicow.—La ruina de Pedro y la de Pablo.—*La concurrencia económica y la concurrencia política.*

§ II. El criterio económico: *ganancias ó pérdidas.*—No existe para las combinaciones políticas.—El estatuto y el contrato.—Lucha entre la civilización militar y la comercial.—Los conflictos en Alemania.—«El porvenir de Alemania está en el mar».—El régimen previsor de la antigüedad.—Las privaciones y la miseria no son sino la privación del poder de comprar.—Necesidad de multiplicar las utilidades.—El reparto.—El reparto por la rapiña.—El reparto económico.—*La gran fuerza motriz de la evolución humana es la concurrencia y el indice más cierto del grado de la evolución de un pueblo, la importancia de su comercio.*

§ 1.—Todas las adquisiciones por violencia son el reverso de los actos de cambio. Por consiguiente, trastornan el comercio. El salteador que desvalija al buhonero, el ladrón que fuerza un arca de caudales, el falsario que subscribe tratos falsos, el quebrado, son elementos perturbadores del comercio. Cuestan carísimo por las precauciones que requieren, las in-

quietudes que provocan y la necesidad de guardias, policía, gendarmes, tropa y todo el aparato judicial que exigen. El coste es mucho mayor todavía porque impiden tal ó cual empresa, tal ó cual comercio.

Esas gentes creen que el mejor medio de adquirir propiedad es tomarla de los otros; pero tal concepción existe con frecuencia también entre los que les persiguen, juzgan y condenan.

En su gran obra Mr. Schmoller se extiende gustosamente sobre las pasadas guerras comerciales y comprueba que «la balanza de comercio no es más que un subgénero de la idea de que lo que gana uno, otro lo pierde» (Tomo V. pág. 336).

Mr. J. Novicow refuta esta concepción de la siguiente manera:

La idea de que la prosperidad de Pedro puede fundarse sobre la ruina de Pablo, es falsa. Si la prosperidad de Pedro está fundada sobre la ruina de Pablo, la prosperidad de Pablo debe fundarse también sobre la ruina de Pedro. La prosperidad de ambos entonces está fundada sobre la ruina de ellos. Esto es absurdo. Por desgracia, la inmensa mayoría del género humano no ha comprendido aún esta verdad elemental. Los estadistas, los políticos célebres, afirman todavía que los progresos industriales del pueblo alemán, por ejemplo, perjudican al pueblo inglés. Se sostiene en todas partes que el gran desarrollo del comercio germánico constituye un serio peligro para los demás países europeos. El error que hace considerar la ruina del vecino como un bien, regula todavía todas nuestras relaciones internacionales.

¡Qué admirables son los profundos políticos que creen que la mejor manera de abrir mercados á la industria de su país es arruinar á un cliente!

¡Y que tengan la confianza de la mayoría de los hombres!

El proteccionismo es uno de los elementos perturbadores del comercio, al subordinar el cambio á la voluntad de los gobernantes en detrimento del derecho de propiedad que implica el derecho de cambiar.

Imbuídos de prejuicios del sistema mercantil, los proteccionistas transtornan á cada paso las condiciones de los cambios internacionales. Favorecen unas industrias con detrimento de otras. Transportan de los mercados á los Parlamentos las cuestiones industriales y mercantiles, y reemplazan la concurrencia económica por la concurrencia política.

La intervención de la autoridad pública en el comercio tiene por resultado modificar las relaciones económicas. Los agentes no tienen que tener en cuenta únicamente la utilidad económica de tal ó cual medida; están dominados por consideraciones para mantener el poder, tienen intereses especiales que servir, prejuicios que satisfacer y concepciones más ó menos justas del grupo humano que creen dirigir, mas esas concepciones presentan una gran debilidad respecto de las empresas económicas.

§ 2.—Estas tienen un *criterio cierto, la ganancia ó la pérdida*, mientras que las concepciones políticas están dominadas comúnmente por ideas subjetivas, prejuicios, simpatías y antipatías personales más ó menos injustificadas.

En la vida comercial, la convención es la ley de las partes. La autoridad política promulga una ley superior á las voluntades individuales y ella le da una sánción.

La autoridad política procede siempre del estatuto y el comercio del contrato, y como lo ha demostrado Sumner Maine, uno de los caracteres más precisos de la evolución humana es *el paso del estatuto al contrato.*

De ahí la lucha entre la civilización militar que tiene en expresión en el estatuto y la lucha entre la civilización comercial. La primera, expresa la adquisición por la violencia; la segunda, por el cambio y la historia de la mayoría de las luchas humanas dentro y fuera de las naciones, no es sino el cuadro del conflicto entre esos dos modos de adquisición.

En Alemania, Bismarck y Guillermo II han tratado de dar á la organización industrial el tipo de la civilización guerrera; de ahí el aparato de fuerza que tiene y también la debilidad que resulta para ella de la incompatibilidad entre ambas organizaciones.

El comprador se cree conducir sus industriales y sus comerciantes al asalto del mundo como si condujera un ejército. Hasta ahora, no ha llegado á dar á Alemania sino algunas colonias que cuentan 16.000 europeos, funcionarios y soldados, cuya potencia de compra la alimenta el presupuesto de la metrópoli. Para tan soberbio resultado, de cuando en cuando, se oyen discursos retumbantes y ruidos de espuelas que conmueven el mundo. Se repite al propio tiempo que «el porvenir de Alemania está en el mar», pero nadie ha dicho aún qué hará en él. El mar no es un lugar habitable y no puede servir más que para los transportes. Así, nada impide que los navíos

alemanes naveguen entre Hamburgo, Brema y el resto del mundo.

Semejantes concepciones son uno de los elementos perturbadores del comercio, y no son sino supervivencias del período de evolución en que el jefe de la tribu tenía el monopolio del comercio.

Los hombres que tienen la idea de que los poderes públicos deben dirigir los cambios, se han quedado en el régimen previsor de la antigüedad, retardados veinte siglos por lo menos.

Durante el siglo XIX, la industria ha efectuado progresos superiores á todas las previsiones, y si hay aún tantas privaciones y miserias en el mundo, es porque la potencia compradora de la mayoría es muy débil y precaria.

¿Qué es la potencia compradora?, pues *es la posesión de utilidades que pueden cambiarse por otras utilidades.*

El progreso económico consiste así, en poner á disposición de los seres humanos la mayor cantidad de utilidades.

Los socialistas exclaman: ¿Y el reparto? El reparto de cero, es cero ¡Antes de soñar en repartir, comenzad por producir! Vosotros queréis intervenir, por medida de violencia armada ó legal, para despojar á los que poseen. Si esa política rapaz triunfase, podría arruinar á unos, pero no enriquecería á los otros, porque aniquilaría más riquezas adquiridas en farmacias ó por venir, que las que pudiera distribuir.

Solo hay un género de reparto que pueda ser útil

á todos: es el reparto económico, en virtud de la ley de la oferta y de la demanda, según la potencia de compra de cada uno. Fuera de esta regla precisa y fija, todo es arbitrario y caprichoso.

El hombre hace cada día grandes esfuerzos para triunfar del espacio y del tiempo. ¡Insensatos son los proteccionistas que quieren aniquilarlos en todo ó en parte!

El principal factor de la evolución humana es la concurrencia, y el índice más cierto de la civilización de un pueblo, la importancia de su comercio.

Todo acto que tiene por objeto restringirle, es regresivo.

ÍNDICE BIBLIOGRÁFICO

Las publicaciones oficiales están citadas en el cuerpo de la obra (V. especialmente lib. II, cap. VI). Se han citado también (lib. IX, cap. II) las publicaciones de los grupos comerciales. Van indicados las traducidos al castellano. —(N. del T.).

PUBLICACIONES GENERALES

Business Man's library, 10 vols. en 8.°, edited by System, 34 Norfolk st. Strand London.

Business professions (the), un vol. of *the Annals of the american Academy of political and social Science* (Julio 1906).

Dictionnaire du Commerce, de l'Industrie et de la Banque. —Directeurs: MM. Yves Guyot et Arthur Raffalovich. Dos vols. en 8.°, raisin, de 3.000 págs. Guillaumin, ed., Alcán, sucesor.

Dictionnaire d'Economie politique, 2.ª edición, dos vols. y un suplemento (1889-1900). Guillaumin, ed., Alcán, suc.

Economistes (La grande collection des), Guillaumin (Alcán, sucesor). 15 vols. en 8.°

Journal des Economistes (desde 1844). —G. de Molinari. Alcán, editor.

Journal de la Société de Statistique de Paris (desde 1859).

Journal of the Royal statistical Society of London (desde 1834).

Bulletin de la Chambre de commerce de Paris (semanal).

Magazine of Commerce, ed. by Fk. f. Bridgewater, mensual desde 1902. Londón.

Revue internationale du Commerce, de l'Industrie et de la Banque. - Director, M. Julien Hayem (trimestral).

Revue économique de Bordeaux.

Sociétés commerciales (Congrès international). Un vol., en 8.°, 1900. (A. Rousseau, ed.)

System.—*The magazine of business*, ed. by A. N. Shaw. Chicago and Londón.

AUTORES

Aristóteles.—*Política* (trad. de Patricio Azcárate). Obras completas, 10 vols. en 4.°. Madrid.

Aubry (Pierre).—*La Colonisation et les colonies.* **E. S.**

Bucher (Karl). - *Etudes d'Histoire et d'Economie politique.* Traducción Hansaye, 1901. (Alcán, ed.)

Barriol (Alfred).—*Théorie et pratique des opérations financières*, 1908. **E. S.**

Bastable (C.-F.).—*La teoria del comercio internacional*, 1887, traducción española de Luis Umbert, Barcelona (Biblioteca Sociológica Internacional).

Benjamín Constant.—*Cours de politique constitutionnelle.* Pourquoi le commerce a sucédé à la guerre, tomo II, pág. 140, edic. en 8.°, 1872. (Guillemain, ed.)

Bernhardt (Gaston de).—*Handbook of treaties, relating to commerce and navigation between Great Britain and Foreign powers.* Gr. en 8.°, Londón, 1908.

Bertillon (Jacques).—*L'Alcoolisme.* (Victor Lecoffre, ed. 1904.)

Boiteau (Paul).—*Les Traités de commerce.* Un vol., en 8.°, 1863. (Guillaumin, ed.)

Boistel (A.).—*Manuel de Droit commercial.* En 8.°, 3.ª ed. 1899. (A. Fontemoing, ed.)

Bornier (Philippe).—*Conférence des ordonnances des Rois de Franee.* 2 vols. en 4.°. Nueva edición (1755). Contiene la *Ordenanza de 1673,* con comentarios.

Boulay-Paty. - *Cours de Droit commercial maritime.* 4 vols., en 8.°, 1821. (Cousin Danelle, Rennes.)

Branfort (Victor V.) —*On the correlation of Economics and accountancy.* En 8.°, 43 pág., 1901. (Gee and C°, Londón.)

Butenval (Cte de).—*Précis historique et économique du traité de commerce entre la France et la Grande-Bretagne de 1876*. En 8.°, 1869. (Guillaumin.)

Carpentier (Paul).—*Législation commerciale de l'Allemagne*. Code de Commerce de 1900. Un vol., en 8.° (Chevalier Maresq, ed.)

Chisholm Ges. G.—*Handbook of commercial geography*. 7.ª edición, 1908. (Longmans, Green and C°.) Londón.

Clément (Pierre) - **1.** *Histoire de la vie et de l'administration de Colbert*. 2 vols., en 8.°

— **2.** *Histoire du système protecteur*. Un vol. en 8.°, 1859. (Guillaumin, ed.)

Clive Day (A.).—Profor *History of commerce* (Longmans, Green and C°, New-York), 1907. Un vol. en 8.°, 622 págs.

Colson.—*Cours d'Economie politique*. 6 lib. gr., en 8.°, 1907. (Alcán, ed.)

Conant (Charles).—*The functions of the Banker (Quarterly Journal of Economics*, Mayo, 1903).

Couleru (Edmond).—*Au Pays de l'absinthe* (prefacio por Yves Guyot). Un vol., en 8.°, 1908. (Société d'imprimerie de Montbéliard.)

Courthial (Simón).—*Nos Consuls et le commerce extérieur de la France*. En 8.°, 1905. (Imprimarie de la Bourse de Commerce.)

Demolins.—*Pour développer notre commerce extérieur*. Broch. gr., en 8.°, 1904. (Firmin-Didot.)

Demóstenes.—*Oraciones escogidas*, trad. de A. Roda. Un volumen, en 4.° Madrid, 1872.

Desjardins (Arthur).—*Traité de Droit commercial maritime*. 8 volúmenes.

Domergue (Jules).—*Protecttion ou libre échange*. Un broch gr. en 8.°, 1907. París.

Ferrero.—*Grandeza y decadencia de Roma*. trad. de M. Ciges Aparicio. 6 vols. (Madrid, Daniel Jorro.)

Fontana Russo.—*La Politique commerciale*, trad. por Poli. Un vol., gr. en 8.°, 1908. (Giard y Brière, ed.)

Foville (de).—**1.** *Congrèt international du libre échange* 1908.

Foville (de).—**2.** *Les éléments de la Balance économique. (Bulletin de l'Institut international de Statistique.* Sesión de Londres, 1905.)

— **3.**—*La Monnaie*. - Un vol., en 8 °, 1908. (Lecoffre, ed.)

François (G.).—*Le Commerce.* Un vol., en 8.° *(La vie nationale.)* J. Chailley, 1894.

Fustel de Coulanges.—*Histoire des institutions politiques de l'ancienne France.* Tomo I., pág. 259.

Goirand (Léop.).—*Traité des sociétés commerciales.* 3 vols.

Grigaut.—*Pour l'expansion française.* Un broch. en 18, 1907. (Alcán, ed.)

Guyot (Yves).—**1.** *La Sciencie économique.* 1911, 4.ª edic. Un vol., en 12.°, de 388 págs. (Schleicher, ed.)

— **2.** *La Propriété. Origine et évolution*, 1896. (Delagrave, ed.)

— **3.** *La Prostitution.* Un vol. en 18, 6.ª ed. (Fasquelle, ed.)

— **4.** *Evolution politique et sociale de l'Espagne.* (Fasquelle, ed.)

— **5.** *La Comédie protectionniste.* (Fasquelle, ed.)

— **6.** *Histoire des rapports économiques de la France et de l'Angleterre.* Introduction au catalogue de la section française à l'Exposition franco-britanique, 1908.

— **7.** *Sophismes socialistes et faits économiques.* Un vol. en 18.°, 1907. (Alcán, ed.)

— **8.** *La Question des sucres en 1901.* Un vol., en 18.°. (Guillaumin, ed.)

— **9.** *Les Conflits du travail et leur solution.* Un vol., en 18.°. (Fasquelle, ed.)

— **10.** Le contrat collectif du travail (*Revue économique internationale*). Septiembre, 1907.

— **11.** La crise américaine. (*Revue du commerce,* Diciembre 1907.)

— **12.** *La Démocratie individualiste.* Un vol., en 18.°, 1907. (Giard et Brière).

Guyot (Yves).—**13.** Discours à la réunion de Lyon, 17 juin 1908, publié par la *Fédération dss débitants du Sud-Est*. 1908.

— **14.** *La Céruse*. Broch gr. en 8.°, 1906. (Alcán.)

— **15.** *L'Absinthe et le delire persécuteur*. Broch. èn 8.°, 1907. (*Lé Siécle*, ed)

— **16.** *Les préjugés économiques*. Pequeño volumen, 1909. (Alcán).

— **17.** *La gestion par l'Etat et les Municipalites*. Un vol. en 18, 1913. (Alcán.)

— **18.** *L'A B C du Libre-échange*. Un vol., 1913. (Alcán.)

Hamilton Grieison.—Silent Trade, 1903. Doubarg.

Harlow-Person.—*Education for Business*, ap. *The Business professions*.

Hatfield (Henry Rand).—*Lectures on Commerce* by several authors. Un vol., en 8.°, 1904 the University of Chicago press).

Hayem (Max).—**1.** *Bourse de Commerce*, en *Dictionnaire du Commerce*.

— **2.** *Les Marchés à terme*. Un vol., en 8.°, 1900.

Helmolt.—*History of the world*. 8 vols., gr., en 8.° (Henneman, Londón.) *Historical importance of the Indian Ocean*, by Karl Veule. Tomo II, pág. 590).

Herodoto.—Los nueve libros de la historia. Trad. castellana. (Bib. Clásica.)

Juglar (Clémen).—*Des crises commerciales et de leur retour periodique*. 1.ª edic., 1862; 2.ª edic., en 8.°, 1882.

Keane (A. H.).—*The Gold of Ophir*. En 8.°, Londón, 1901.

Lambert (A).—*Manuel de la propriété industrielle et commerciale*. Un vol., en 18.°, 1913. (Giard et Brière, ed.)

Laycock (F. U.).—*L'Economie politique dans une coque de noix*. Trad. franc., 1902. (Alcán).

Léautey (Eugène).—**1.** *Comptabilité* apud le *Dictionnaire du Commerce*.

— **2.** *Bénéfices*. Idem.

— **3.** *Traité des inventaires et des bilans*. Un volumen, gr., en 8.°

Lecomte (Maxime)—*La Vie commerciale dans sens rapports avec la loi.* En 18.°, 1878. (Renouard.)

Leener (G. de).—*Ce qui manque au Commerce belge d'exportation.* (Travaux de l'Institut international de Sociologie). (Misch et Thron.) Bruxelles, 1906.

Lefèvre.—**1.** *Le Commerce.* Un vol., en 8.°, 1884. *(Librairie illustrée.)*

— **2.** *Le Change et la Banque.* En 8.°, 1885. (Delagrave.)

Leroy-Beaulieu (Paul).—*Traité d'Economie politique.* 4 volúmenes, gr. en 8.° (Guillaumin, ed.)

Letourneau.—*Evolution du Commerce.* En 8.°

Levasseur (E.).—*Histoire des classes ouvriéres et de l'industrie en France jusqu'en 1789.* 2 gr., en 8.°, 2.ª edic. 1900.

— *Histoire des classes ouvrières et de l'Industrie en France de 1789 à 1870.* 2.ª edic., 2 vols. gr. en 8.°, 1903.

— *Questions ouvrières et industrielles en France.* La troisième République. Un vol. gr., en 8.° (1907).

Liesse (A.)—**1.** *Crédit,* en *Dictionnaire du Commerce.*

— **2.** *Traité des Opérations de Banque,* par Courcelle-Seneuil mis à jour par A. Liesse. (Alcán, editor.)

— **3.** *Banque,* en *Dictionnaire du Commerce.*

Locré.—*Esprit du Code de Commerce.* 1829, 4 vols., en 8.°

Lyon-Caen y Renault.—*Manuel de droit commercial.* Un volumen, en 8.°

— *Traité de droit commercial.* 10 vols., en 8.° (Droit maritime, tomos V y VI) (Faltan aún los dos últimos tomos.)

Mac Culloch —*Early English tracts of Commerce* (1856). Londón.

Malvezin (Théop.).—*Histoire du commerce de Bordeaux jusqu'à nos jours,* 1892. 4 vols., en 8.° (Burdeaux, Bellier, ed.)

Massé (G.).—*Le droit commercial dans ses rapports avec le*

droit des gens et le droit civil. 4 vols., 1860. (Guillaumin, editor.)

Meliot (M. y A.).—*La Monnaie, le Change, l'Arbitrage, le Credit*. **E. S.**

Molinari (G. de).—*Questions de politique et de droit public*. 2 vols., en 8.°, 1860. (Guillaumin, ed.)

Mollien.—*Mémoires d'un ministre du Trésor*. Notice par Ch. Gomel, 2.ª edic., 1898, 3 vols., en 8.° (Guillaumin, ed.)

Mommsen.—*Histoire romaine*. Traduc. C. Alexandre. 8 volúmenes, en 8.°

Monffieur (H.).—*Etudes économiques des bilans, capitaux fixes et capitaux circulants*. En 8.°, 1907. (Protat à Mâcon.)

Neymarck (A.).—*Rapports sur les valeurs mobilières*, l'Institut International de Statistique.

Noel (Octave).—*Histoire du Commerce du monde*. 3 vols., en 4.°, 1891-1906. (Plon, ed.)

Nivicow (T.).—*Le Problème de la misère et les phénomènes économiques*. Un vol. gr., en 8.°, 1908. (Alcán.)

Pallain (G.), antiguo director general de Aduanas.—*Traité des douanes*. 4 vols., en 8.°, 2.ª edic. 1913.

Pardessus (J.-M.).—**1.** *Collection des lois maritimes antérieures au XVIIIe siècle*. (1828-1845.)

— **2.** *Tableau du commerce antérieurement à la découverte de l'Amérique*, 1834.

Paturel (Germain).—*Mutuelles-Exportation*. Un vol. gr., en 8.°, 1907. (Dunod, ed.)

Paulet (Georges).— *Bibliothèque d'enseignement commercial* (publiée sous la direction de M.). 13 volúmenes, en 8.° cartoné, 1894-1900. (Berger Levrault, ed.)

I. Léautey y Guilbaut —*Principes généraux de comptabilité*.

II. Dany.—*Manuel practiques des opérations commerciales*.

III. A. Lejeune.—*Monnaies, poids et mesures*.

IV. Deville (V.).—*Manuel de Géographie commerciale*. 2 vols.

V. Champenois (C.). —*Armements maritimes.* 2 vols.
VI. Houyvet (A.)—*Les Tribunaux de commerce.*
VII. Haumont y Levarey.—*Les Transports maritimes.*
VIII. Paulet (G.). —*Code annoté du commerce et de l'industrie.*
IX. Cohendy (E) —*Code de commerce et lois commerciales usuelles.*
X. *Manuel de préparation aux Ecoles supérieures de commerce.* 2 vol.
XI. Cons Henri.—*Précis d'hisioire du commerce.* 2 vols.
XII. Auburtin.—*Les Transports par chemins de fer.*
XIII. Marie (Léon). —*Manuel des opérations financtères à long terme.*

Peters (Frederic).—Publications de l'*Office de statistique universelle* d'Anvers.

Pigeonneau (H.).—*Histoire du commerce de la France.* 2 volúmenes, en 8.° (Leopold Cerf.)

Platon.—*Obras.* Trad. de P. Azcárate.

Pietschmann (Ricard).—*Phœnician,* ádud *(Historians History).* V. Williams (Henry Smith).

Pollock (Sir Frederick).— *Principles of contract.* En 8.°, 1889. (Stevens and sons.)

Raffalovich (A.).—**1.** *Le Marché financier.* Un vol. anual gr., en 8.°, de 7 á 800 págs., 17 vols., 1908. (Alcán, ed.)
— **2.** *Crise* dans le *Dictionnaire du Commerce.*
— **3.** *Trusts et Cartels.* Un vol., en 18.°

Resson (Paul).—*Histoire sommaire du commerce.* Un vols., en 18.°, 1902. (E. Belin, ed.)

Ricard (Samuel).—*Traité général du commerce.* 3 vols., en 4.°, 1798. París.

Rousseau (R.).—*Manuel pratique des sociétés par actions.* Un vol., en 8.°, 1896. (A. Rousseau, ed.)

Ruotte.—*Opérations et trabaux de Banque.*

Schelle (G.).—**1.** *Dupont de Nemours.* Un vol., en 8.° (Guillaumin, ed.)

— **2.** *Gournay.* Un vol., en 18.° 1899. (Idem).

— **3.** *Le docteur Quesnày.* Un vol. en 18.°, 1907. (Alcán, ed.)

— **4.** *Le bilan du protecttionisme en France.* Un vol., en 16. 1913. (Alcan.)

Schweinfurth.—*Voyages en Afrique.* Trad. fr., 2 vols., en 8. (Hachette, ed.)

Sébillot (P.).—*Le Folk-Lore.* **E S.**

Ségur Dupeyron.—*Histoire des négociations commerciales de la France au XVIIe et au XVIIIe siècle,* 3 vols., en 8.° (1872-73).

Shaw.—*Histoire de la monnaie.* Trad. fr. par Raffalovich. Collection des Economistes étrangers. (Guillaumin, ed.)

Smith (Adam).—*Investigaciones sobre la naturaleza de las riquezas.* Edic. castellana.

Stirling (Patrick-James). *Philosophie du Commerce.* Trad. fr., 1861. (Guillaumin, ed.)

Sumner Maine.—*El antiguo derecho.* Trad. castell. (La España Moderna, Madrid.)

Stuart Mill (John).—*Principles of political Economy.* Trad. fr., 2 vols.

Taussig (F. W.).—*The Tariff history of the United States.* En 8.°, 1903. (G P. Putman's son, New-York.)

Tessier (Albert).—*Traité théorique et practique des Chambres de compesation (Clearing Houses).* En 8.°, 1894. (Larose, ed.)

Thaller (E.).—**1.** *La place du Commerce dans l'histoire générale.* En 8.°, 1892. (A. Rousseau.)

— **2.** *Traité élémentoire de droit commercial.*

Turgot.—*Œuvres.* Collection des Grands Economistes. Librería Guillaumin). 2 vols., grand. en 8.°

Turpin (Henry).—*Traité des droits et obligations du commerce des liquides.* En 8.° (Barinéoud, ed. Laval.)

Valin (R. J.). *Commentaire sur l'ordonnance de la Marine de 1681.* En 4.°, 1714. (Edit. Becane, 1829, en 4.°)

Vidal (Emmanuel).—*Les Clearing Houses.* En 8.°, 1906. (Alcán).

Vidal Naquet (Edmond). – *Des Marques de fabrique et du nom commercial en droit international.* Un vol., en 8.°, 1898. (Larose, ed.)

Viollet.—*L'histoire du droit civil en France.* Un vol., en 8.° (Larose y Forcel, ed.)

Williams (Henry-Smitch).—*The Historians History of the world.* 25 vols., gr., en 8.°, 1908 (*the Thimes*).

Wuarin (Louis).—*Les Ligues d'acheteurs.* En 8.°, 1907. (A. Eggrimen et Cie, Genève.)

Yeats (Dr John).—*Normals of Commerce.* 4 vols., en 12 de 500 á 600 págs. chacun. (Georges Philip and son, London, 1887.)

I. *The natural history of the Raw materials of Commerce.*
II. *The technical History of Commerce.*
III. *The growth and vicissitude of Commerce.*
IV. *Recent and existing Commerce.*

ÍNDICE ALFABÉTICO

DE AUTORES Y MATERIAS

(No se aplica al índice bibliográfico.)

A

Acta de abrogación de 1849, 65.
— de navegación de 1660, 59.
— Torrens, 107.
Admisión temporal, 338.
— productos que beneficia, 339.
— importaciones temporales, 378.
Aduanas (derechos de), 65.
— en Inglaterra, 362.
— (cifras de) causas de error, 321.
— valores y pesos, 324.
— (incertidumbres de las cifras de), 324.
— variaciones, 356.
— el precio, 370.
— percepción del peso neto y bruto, 319
— interiores de Francia, 45.
Aduaneras (nomenclaturas), 343.
Aduanero (el) no es un estadístico, 321.
— desprecia las exportaciones y no conoce las importaciones, 322.
Aduanero (indiferencia del) para los paises de origen y de destino, 331.
— inglés es el más feliz, 366.
Africa, 19, 25, 31, 132.
— *Central,* 449.
— *del Sur,* 183 y 184.
— *(Costa occidental del),* 391.
Agrarios (contra los vendedores), 159, 160.
Agricultura é industria, 60.
— sustraída al derecho comercial, 108.
Aguardiente (exportacion de), 419.
Ahorro, 203.
Ajenjo, 487.
Alcohol, 133, 493.
Alemania, 45, 62, 76, 80, 82, 104, 244, 245, 419, 425, 452.
Alglave (E), 493.
Algodón, 59.
Alimento puro, 153 y siguientes.
Allard (Eug.) 349.
Almacenes (los grandes), 227.
Alsacia, 67.
Amazonas, 21.
Amberes, 253, 328, 455.

América, 43, 61, 63, 85, 268.
Amiens, 56.
Amigos (Isla de los), 16.
Amsterdam, 175, 459.
Aníbal, 32.
Annona (la) en Roma, 35.
Antonino (El emperador), 100.
Apropiación (modos de), 7.
Arabia, 31.
Arabes (imperio de los), 37.
Arbitraje, 142.
Argelia, 329, 369, 391, 422.
Arkwright, 59.
Armenia, 29
Asia, 33, 420.
Asiria, 29.
Atenas, 33.
Australia, 61, 68, 77, 84, 182, 245.
Austria-Hungría, 63, 67.
Automóviles (exportación de), 405, 418.
Azúcares, 86, 341, 481.

B

Babilonia, 29.
Bacon (Roger), 42.
Bagehot, 169, 170.
Baker, 26.
Balanza de comercio y balanza económica, 300.
— según J. Barclay, 303.
— según M. Bastable, 306.
— y los guerreros comerciales, 497.
Báltico, 38.
Balzac (H. de), 243.
Banca, 174 y siguientes.
— definición, 176.
— es el comercio del oro y del crédito, 174
— y comercio, 178.
Bancos (operaciones de los) 174, 175.
Bancos recriminaciones contra los, 451.
Barcelona, 458.
Barclay (R.), 300.
Bartlett, 231.
Bastable, 290, 306.
Bateman, 318.
Baudoux, 125.
Bebidas (el comercio de), 485.
Bélgica, 67, 73, 74, 317, 351, 419, 431.
Beneficio, 207 y siguientes.
Berhens, 472.
Besett, 277.
Birmingham, 197.
Bismarck, 76, 85.
Bloqueo continental, 58.
Boetk, 33.
Boistel, 247.
Bolsa, 161 y siguientes.
Bonetería, 417.
Bordeaux, 378.
«Bottin» (El), 365, 463.
Bornier (F), 102.
Boungaiville, 22.
Boulay. Paty, 36.
Brasil, 244, 269, 403, 435.
Brema, 62.
Broe (T de), 50.
Brohes (M.), 26.
Brujas, 40.
Brújula, 42.
Bruselas, 290, 458.
Bucher (K.), 3, 10 y siguientes.
Bulionista (sistema), 42.
Burton, 21, 26.
Byron (capitán), 15.

C

Café importado del extranjero y de las colonias, 392.
— Uno de los principales artículos de importación, 394.

Café (precios del), 399.
— su consumo en Francia, 399.
Caillaux, 86.
Cairnes, 289.
Cajas liquidadoras, 165.
California, 68.
Calumnias oficiales contra los vinos, 490.
Cámaras de Comercio, 429.
Cambaceres, 57.
Cambio (comienzos del), 1.
— (lo que determina el), 2.
— (permanencia de ciertos modos del), 11.
— y el precio, 129,
— (El) y la rapiña, 496.
Cambon, 451.
Cameron, 26.
Campeu, 349.
Canadá, 50, 61, 77, 84 393, 481.
Capacidad más importante que el capital, 232.
Capital (ventajas del), 169.
— y crédito, 169.
— (de los grandes almacenes), 227 y siguientes.
Caprivi, 76.
Carbón, 224.
Cartago, 20, 32, 47.
Cartwright, 59.
Casablanca, 284.
Caton, 36.
Caucho, 335.
Caudry, 414.
Cauris, moneda africana, 23, 131.
Cecil (Lord Hugh), 238.
Cereales (insuficiencia en Europa), 85.
— importaciones, 394, 398.
Chamberlain, 474.
Champagne (feria de), 13.
Chevalier (M.), 66.
China, 68, 84, 178, 403, 438, 449.
Chocolate, 274.
Cicerón, 36.
Civilización guerrera contra la industrial, 82.
— (esfuerzo del emperador de Alemania de oponer la civilización guerrera á la comercial), 499.
— El índice más cierto de un pueblo es la importación de su comercio, 500.
Clasificación decimal (ejemplo de), 146.
Cliente (exigencias del), 269.
Clientes (poder de compra y solvencia), 280.
— (la huelga silenciosa de), 284.
— (los ocho grandes) de Francia), 431.
Clive Day, 58.
Cobden, 66.
«Cobden Club» (El), 476.
Cobre, 335.
Código de Comercio, 104, 109 y siguientes.
Colbert, 48, 51, 53.
Colon, 44.
Colonias francesas, 392.
— inglesas, 60.
— alemanas, 81.
Comercial (práctica), 255.
Comercio (es el arte y la práctica del cambio, 8.
— (es el arte de comprar), 266.

Comercio definición de Platón, 282.
— sus operaciones, 140.
— libre (reglas del), 285.
— el criterio de la ganancia ó la pérdida, 498.
— (Servios sobre sus fases), 11 y siguientes.
— (evolución del), 11, 89.
— períodos de su historia, 89.
— de 1500 á 1789, 43.
— (elementos perturbadores del), 479.
— internacional sus caracteres, 289.
— no sigue á la bandera, sino á los capitales, 81, 179.
— general (definición), 332.
— especial (definición) 332.
Comercios perseguidos, 483.
Comisionistas, 247.
Compañía inglesa de Indias, 47.
— holandesa, 47.
— francesa, 50.
Compradores y vendedores, 142 y 143.
Compra (toda venta es una), 2.
Compras (condición de las), 232, 233.
Conant (C.), 177.
Concurrencia, 55, 82, 287.
Consejeros de Comercio exterior, 449.
Constant (Benjamín), 81.
Cónsules (carácter de los), 446.
— su trabajo, 447.
Cónsules: lo que se les pide, 448.
— sus funciones, 448.
Contabilidad (necesidad de la), 207.
Contrabando, 58.
Contratos, 92, 93, 94, 95, 113.
Convenciones comerciales en la antigüedad, 33, 86, 87.
— de Bruselas sobre los azúcares, 86.
Cook (Capitan), 16, 22.
Cooperativas agrícolas, 218.
Cort, 59.
Crédito, 167.
— definición, 168.
— extensión del capital, 169.
— es el capital del porvenir, 169.
— sus ventajas, 169, 170.
Credit man, 171, 234.
Crisis económicas, 199.
— — definición, 206.

D

Dinamarca, 38, 40
Dayenant, 275.
Dayton, 267.
Delcous, 218.
Delespat, 484.
Demolins, 462
Democratización de los negocios por las Sociedades comerciales, 49, 50.
Demóstenes, 34, 92.
Deppe (A.), 455.
Derecho civil y comercial, 93.
— comercial es internacional, 95.
— marítimo, 99.

Derechos compensadores, 79.
Descuento, 168.
Detallistas, 228.
División del trabajo. Fundamento de la organización de los grandes almacenes, 235.
Documentos estadísticos, 358.
Domerge (J.), 214, 451.
Donalson, 180.
Dorr Kimbal, 171.
«Drawback», 334.
Dron, 165.
Duckers, 449.
Ducrocq, 195.
Dudley Morth, 51.
Duke, 240.

E

Económica (consecuencias de la ignorancia), 76.
«Economist» (The), 370.
Embalaje, 466.
Empleados de comercio, 236.
— su moral, 239.
— (obediencia de los), 241.
— (remuneración de los), 242.
Enseñanza comercial, 254.
— económica, 262.
Esclavos (comercio de), 24.
España, 44, 47, 63, 81, 105, 178, 318, 325, 403, 439.
Estado, no crea la riqueza, 479.
— su generosidad consiste en quitar á unos para dar á otros, 480.
Estados Unidos, 68, 77, 105, 318, 334, 452, 464.
Exportaciones (evaluación de las), 320.
— pesos y valor, 324.
Exportaciones: país de destino, 325.
— de objetos de lujo, 453.
— (Sociedades de), 461 y siguientes.

F

Fachoda, 79.
Ferias en la Edad Media, 38.
Ferrocarriles americanos, 204.
— tarifas de exportación, 455.
Ferraris (C.), 322.
«Filiére», término de Bolsa, 164.
Firmas inglesas (sistema de las), 235.
Fitzmaurice (Lord), 74.
Forsans, 152.
Fontana-Ruso, 473.
Foville, 67, 306, 322.
Francia, 48, 56, 74, 85, 302, 325, 351, 375, 431.
Fraudes (leyendas sobre los), 492.
— (ley sobre los), 484.
— (inconvenientes de los), 492.
Frigoríficos (efectos de los procedimientos), 158.
Fugger (Los). En España decimos los Fúcar, 45.

G

Gironda (La), 421, 489.
Gladstone, 66.
Gournay, 52.
Graham (Gordon), 263.
Grandgeorge (G.), 318.
Grant, 26.
Granville, 74.

Granos y frutos oleaginosos, 394.
— importación, 395.
Gregorio VII, 101.
Gregorius, 255.
Gruber (I.), 306.
Guerras comerciales, 49.
— de los siglos XVII y XVIII, 50.
Gutenberg, 42.
Gutapercha (descubierta en 1842), 63.

H

Hanseáticas (ciudades), 13, 39, 67.
Hapgoods (H. J.), 231, 261.
Hargreaves, 59.
Harlowgalde, 575.
Hastings, 47.
Hayem (J.), 166.
Hicks Beach (Sir M.), 86.
Hierro (importancia del), 69.
— (producción del), 69.
— máquina y acero (derechos de aduana del), 368.
Higiene (los pretextos de), 487.
Holanda, 292, 318, 344, 403, 421.
Hulla, su importancia, 69.
— su importación, 394.
— su producción, 69.
— la tarifa francesa de la), 476.
Hume (David), 52.
Huskisson, 61.
Hyades (Dr.), 16.

I

Inglaterra, 38, 46, 47, 48, 49, 50, 55, 56 y siguientes. 60 y siguientes; 73, 84, 90, 105, 124, 177, 185, 197, 246, 419, 424
Imprenta (La), 42.
Importaciones (necesidad de las), 196.
— (valuación de las), 320.
— (peso y valor), 321.
— (país de origen), 325.
Index numbers, 371.
Industrias (caracteres de las), 7.
— (influencia de la agricultura sobre la), 60.
Instituto Internacional de Estadística: sus trabajos, 343.
Interés (su razón), 164.
Intermediarios, 214.
Invenciones (las tres grandes de la Edad Media), 42.
Italia, 33, 67, 244, 322, 347, 381, 425, 431.

J

Japón, 291.
Jones (Sir A.), 265.
Juglar (C.), 205.
Judíos, excluídos del gran comercio, 41.
Justicia, 494.

K

Kennedy, 74.
King, 275.
Klots, 303.
Kobatsch (R.), 350.
Kodac (el), 266.

L

Lanas (de Flandes é Inglaterra), 38.

Lanas (prohibición de exportar las), 48.
Laird, 19
Lambert (H.), 125.
Las Casas, 25.
Law, 47.
Leche (definición de los EE. UU.) 155.
Leener (G. de), 284, 455.
Legrand (C.), 350.
Lencería y vestidos, su exportación, 413.
Le Play, 450.
Lestiboudois (T), 303.
Leuclavius, 99.
Levasseur (E.), 370.
Ley (la) soberana del mar, 100
— limitación de su acción, 494.
Libre cambio, 64.
«Licensing bill», 486.
Liga del Rhin (la), 39.
List (F.), 12.
«Living in sytem», 238.
Londres, 170, 179, 274, 290.
Lorillard, 240.
Lúculo, 24.
Lyon-Caen, 99, 103, 107, 248.

M

Mac-Culloch, 52.
Mac-Mahon, 73.
Macy (de New-York), 228.
Madera común (importación), 394.
Manteca (fabricación en Dinamarca), 154.
— proporción en la leche, 154,
Margueritte (V.), 239.
Marina mercante, 455.
Marpon, 221.
Marquet de Vasselot, 318.
Marruecos, 23, 26, 270.
Marshall, Fiel and C.°, 171.
Materias (primeras) necesarias á la industria francesa, 367.
— (primeras) que entran con franquicia, 387.
Maveaick (S.), 60.
Meaux (M. de), 73.
Meline, 85, 216, 303, 370, 411, 479.
Meliot, 130.
Menier, 274.
Mercería, 344.
Metales preciosos, 42, 44, 45.
Michel (H.), 80.
Mill (J. S.), 290, 294.
Modas y flores artificiales, 405.
Molinari (G), 469.
Moneda (papel de la), 131.
— (definición), 132.
— (definición del patrón monetario), 195.
— (la teoría cuantitativa de la), 134.
Monopolio, 42, 43.
Montgomery (Dr.), 63.
Moral (necesidad de la), 455.
— del comerciante, 282.
Mujer (la) comerciante, 221
Museos comerciales, 460.
Mortier, 454.
Moucheron, 344.

N

Nación, 289.
Napoleón, 57.
Narringeri, 18.
Navegación de Portugal con la India, 44.
Negros (la esclavitud de los), 25.
Negociante (tipo del), 230.
Neymarck (A.), 194, 480.

Noruega, 67, 225.
Novicow, 597.

O

Objetos fabricados en Francia, 387.
«Office du Commerce Exterieur, 457.
Oferta y demanda, 135.
Ollivier (E), 124.
Oro (minas de) de California y Australia, 68.
— producción, 181.
— influencia, 68.
— (comercio del), 180.
— (stock del), 184.
— por países, 185.
— (valor de la onza de), 196.
«Orders in councils», 57.

P

Paccioli, 40.
Panadería (la) comercio perseguido, 483
Pallain (G.), 322, 338.
París, 262, 268, 290, 387, 458.
Patentes y libertad de comercio, 222.
Patrón monetario y oro, 195.
Paturel (G.), 462.
Peel (R.), 196, 476.
Perlas, 361.
Person (H. J.), 262.
Peruzzi (los), 41.
Petróleo, 71.
Picard (A.),317, 451.
Picard (H.), 411.
Posadowski, 429.
Prejuicios contra el comercio, 283
Primas, 164.
Precio y cambio, 129.
— su importancia, 246.
Precios protegidos, 225.
Proteccionismo, 59.
Proveedores (los 15 principales) de Francia, 403.
Publicidad, 273.

Q

Quatrefages, 15.
Quiebra, 172.

R

Raffalovich (A.), 166, 191, 199, 307, 429.
Reparto, 500.
Representantes de comercio, 243.
Riqueza de un comerciante, 362.
— no puede fundarse sobre las ruinas, 497.
Rockefeller, 453.
Rodbertus, 13.
Rouvier, 107.
Roy (G.), 411.
Ruau, 151.
Ruoth, 177.
Russel Red, 476.

S

Sal, 19.
Sandoz (G.), 458.
Saverol, 127.
Say (J. B.), 169.
Schelle (G.), 52.
Schmoller, 468, 497.
Schuster, 177.
Schweintfurth, 26.
Scott (W. C.). 273.
Seda (bonetería de), 417.
— importaciones, 394.
— exportaciones, 405.
Serpa Pinto, 19.
Shaw, 41.
Siegfried (J.), 230.
Simmonds (M. P. L.), 59.

Simon (J.), 73.
Sistema previsor, 37.
— bulionista ó metalista, 37.
— mercantil, 43.
Smet de Naeyer, 86, 481.
Smith (Adam), 52, 134.
Socialismo, 76, 82.
Sociedades en comandita, innovación italiana, 40.
Sociedades comerciales, 120.
Sombreros de señora, 319.
Somerville (Dr.), 180.
Speke, 26.
Stirling (P. J.), 133.
Strauss (L.), 471.
Sully, 300.

T

Tabaco, 482.
Tara, utilidad de indicarla, 362.
«Tariff reformers», 84, 474.
Teisserenc de Bort, 73.
Templos, primeras casas de banca, 36.
Thaller, 94, 96, 98, 248.
Thevel, 21.
«The Times», 276.
Tonelada, 386.
Tooke, 61.
Tratados de Comercio, 64.
Tránsito, 334.
Transportes, 84, 181.
Trabajo, 22, 83.
Tribunales de Comercio, 126.
Trigo, 33, 34, 35, 48, 141, 142.
Trusts y cartels, 429.

U

Ulster, 51.
Utrecht, 51.

V

Valores de aduana, 315.
Valin, 102.
Vapor, 70.
Varocqué, 446.
Vendedor, 233.
Venecia, 13, 25, 39, 47.
Ventas, 405.
Vino (su definición), 151.
— (importación), 394.
— (exportación), 405.
Viajantes de comercio, 343.
Vuilde, 150.

W

Washington, 25, 184. 347, 463.
Watt, 59.
Wilson, 74.
Worth (G.), 415.

Y

Yeats (J.), 14,60.

Z

Zola E.), 239
Zollverein, 63.

ÍNDICE SISTEMÁTICO DE MATERIAS

Págs

PREFACIO..... V

LIBRO PRIMERO

Los principios y el carácter del cambio.

CAPÍTULO PRIMERO

EL CARACTER DEL CAMBIO

I.—Caracteres inmutables.—La ganancia es una adquisición superior al precio de coste del objeto vendido.—Toda venta es una compra.—*El vendedor y el comprador hacen una adquisición reciproca.*—Error de Mr. Karl Bücher.—En el mercado local, el mercader profesional es un comprador.—Cada uno atribuye á lo que adquiere mayor valor que á lo que cede.—La conclusión de todo mercado es un acto de buena voluntad recíproca..... 1

II.—El comerciante.—Concentra y reparte.—El verdadero protector de la producción es el comerciante que facilita la salida.—El único estímulo para la producción es la venta..... 4

III.—La remuneración del servicio de los intermediarios.—Pregunta ociosa.—Producción limitada de cada uno y necesidades ilimitadas.—*El comercio concentra los diversos productos y los reparte*..... 5

Págs.

CAPÍTULO II

DE LOS DIVERSOS MODOS DE APROPIACIÓN

Medios económicos.—Definición del comercio.—Elementos perturbadores..... 7

LIBRO II

La evolución del comercio.

CAPÍTULO PRIMERO

TEORÍAS SOBRE LAS FASES DEL COMERCIO

Permanencia de ciertos modos de cambio.—Estados económicos.—Cinco estados, según Federico List.—Tres estados, según Bruno Hildebrand.—Tres estados, según Karl Bücher.—Cuatro fases, según Joseph Yeates..... 11

CAPÍTULO II

EL PERÍODO PRECOMERCIAL

El cambio es inherente al hombre.—Período precomercial.—Falsas acusaciones de robo contra los núcleos primitivos.—Observaciones sobre los fuéginos.—Observaciones de Cook.—Condiciones de la noción del cambio.—Este no puede nacer entre la horda... 15

CAPÍTULO III

EL COMERCIO ENTRE GRUPOS

El comercio entre hordas.—Monopolio.—División del trabajo.—Fabricación especial de Solutré.—Traba-

Págs.

jos de la mujer.—El comercio por depósito.—Los cartagineses y los indígenas españoles.—Los weddahs.—Europeos iniciadores del comercio de ciertos pueblos primitivos.—Afición al comercio..... 18

CAPÍTULO IV

LA DIVISIÓN DEL TRABAJO, LA PROSTITUCIÓN Y LA ESCLAVITUD

I.—La mujer, esclava dada por la Naturaleza.—Explotación de la mujer en las islas de la Oceanía.—La prostitución y la trata de blancas..... 22

II.—Concepto de la esclavitud.—Aristóteles y la esclavitud.—Esclavas blancas en la antigüedad.—El prejuicio del color.—Las esclavas de la Edad Media.—Venecia.—La esclavitud constituía el gran comercio del Africa.—Este comercio no es más que un factor económico..... 23

CAPÍTULO V

PRIMER PERÍODO: EL COMERCIO EN LA ANTIGÜEDAD. EL SISTEMA PREVISOR

Ocho períodos de la historia del comercio.—Primer período: *El comercio de la antigüedad desde los tiempos prehistóricos hasta el año 476 después de J. C.*—Los egipcios.—Mesopotamia.—Asirios.—El imperio persa.—Los fenicios.—Unico pueblo de la antigüedad que tenía una noción clara del objeto que perseguía.—Cartago.—Atenas.—Pequeñas cantidades.—El trigo.—*El sistema previsor*.—El trigo en Roma.—Las importaciones arruinan la agricultura de Italia.—Los especuladores romanos.—Ocultos y declarados. 28

Págs.

CAPÍTULO VI

SEGUNDO PERÍODO: DESDE EL AÑO 476 AL SIGLO XV. EL SISTEMA BULLIONNISTA Y PROTECTOR

Período desde el 476 al 1500.—Las ferias.—Comercio de lujo.—Los Arabes.—El camino de la India.—Bizancio.—Las Cruzadas.—Búlgaros y húngaros.—Venecia.—Génova.—La Liga del Rhin.—La Liga Hanseática.—Unión del comercio y la política.—El derecho marítimo.—La contabilidad por partida doble.—Sociedades en comandita.—Circulación de los géneros.—El papel de comercio.—Características del comercio en la Edad Media.—*Sistema bullionnista y protector.*—Tres inventos transforman al mundo. 37

CAPÍTULO VII

TERCER PERÍODO.—EL COMERCIO DESDE EL AÑO 1500 AL 1789; EL SISTEMA MERCANTIL Y EL ESPÍRITU DEL MONOPOLIO

Comercio desde 1500 á 1789.—Constitución de los grandes Estados europeos.—Descubrimiento de América y del camino á las Indias, por el Cabo de Buena Esperanza.—Importancia del café, del té y del azúcar.—Baja de precios.—Portugal, Felipe II y los países protestantes.—La ruina de España.—Aduanas interiores y corporaciones.—Comercio en grande.—Los banqueros Fugger de Augsburgo.—Bolsas de Amberes y Lyón.—Las grandes Compañías de Indias.—Valores mobiliarios.—Las aberraciones de

Págs.

Law y los tulipanes.—Origen común de las grandes naciones comerciales.—El colbertismo.—Sistema mercantil en Inglaterra.—Las guerras comerciales.—El espíritu del monopolio.—El Acta de navegación.—El pacto colonial.—Ganancias de Inglaterra.—La Liga de los neutros.—Las tarifas de 1664 y 1667.—La revocación del Edicto de Nantes exporta nuestras industrias.—Los Economistas.—El tratado de Comercio entre Francia é Inglaterra, de 1786.—Resumen..... 43

CAPÍTULO VIII

CUARTO PERÍODO: DESDE 1789 Á 1792. LA LIBERTAD DEL TRABAJO Y DEL COMERCIO

Supresión de las Aduanas interiores.—Supresión de las Corporaciones.—Tarifa de 1791.—En un régimen de concurrencia cada uno busca la ocupación que le conviene.—La concurrencia es el poder regulador de los contratos..... 54

CAPÍTULO IX

QUINTO PERÍODO: 1793 Á 1815. LA GUERRA ECONÓMICA

Dos grandes guerras entre Francia é Inglaterra.—Las prohibiciones de 1793 hasta la paz de Amiens.—Proyecto de tratado de comercio.—Malta y el comercio de Levante.—Ruptura de la paz de Amiens.—Les *orders in council* y los decretos de Napoleón.

Págs.

—El bloqueo continental.—Las licencias.—Los corsarios 56

CAPÍTULO X

SEXTO PERÍODO: 1815-1846.—EL PROTECCIONISMO

La industria en la Gran Bretaña.—El algodón.—La flota británica.—La deuda.—Las colonias británicas.—Política económica de la Restauración.—El desquite de los emigrados.—Exclusivismo británico.—M. Huskisson.—Proyecto de tratado de comercio (1822).—Tratado de navegación (1826).—Siempre en vigor.—El Zollverein alemán..... 59

CAPÍTULO XI

SÉPTIMO PERÍODO: 1846-1880.—EL LIBRECAMBIO Y LOS TRATADOS DE COMERCIO

Travesía del Océano.—Viaje á las Indias en 1840.—*Inglaterra armoniza su política económica con los progresos de los transportes y de la industria, debidos al vapor y la electricidad.—Tarifa para la renta y tarifa para la producción.*—La tarifa británica.—Artículos.—El monopolio del librecambio.—El tratado de comercio de 1860.—*La cláusula de nación más favorecida.*—Perturbaciones políticas.—Las transformaciones del mundo.—Las minas de oro.—La producción de los metales preciosos es una industria secundaria.—La hulla.—El hierro.—Los medios de transportes.—El comercio exterior del mundo de 1850 á 1880.—Crisis económicas..... 64

Págs.

CAPITULO XII

OCTAVO PERÍODO: DE 1880 A 1908. — REACCIÓN PROTECCIONISTA Y SOCIALISTA

§ 1.—Reacción proteccionista en Francia.—Las dos tarifas de M. Teisserene de Bort y el 16 de Mayo. Victoria política, capitulación económica.—Las proposiciones de Inglaterra para la renovación del tratado de comercio.—La Convención de 1882.—La ley de 29 de Diciembre de 1891.—Duración de los convenios reducida á doce meses.—La tarifa máxima y la tarifa mínima.—La reacción proteccionista de 1879 en Alemania.—El socialismo burocrático.—La Suiza.—Los Estados Unidos.—El Canadá y la Australia... 73

§ 2.—Concordancia del proteccionismo y del socialismo.—La sobreproducción, resultado del proteccionismo.—El proteccionismo cierra las salidas.—Los derechos compensadores.—La rivalidad comercial.—La anglofobia.—Inglaterra y España.—Inglaterra y las minas de oro.—Inglaterra y Hamburgo.—Los pronósticos políticos de M. Henry Michel, diputado.—La guerra es una industria que no paga sus gastos.—«El pabellón sigue á la mercancía».—Benjamín Constant: la guerra y el comercio.—*El progreso está en razón inversa de la acción coercitiva del hombre sobre el hombre y en razón directa del hombre sobre las cosas*.—La política proteccionista no puede suprimir la división del trabajo entre las naciones.—Solidaridad de los intereses económicos del mundo.—Contradicciones de los proteccionistas.—Los precios sobre los lugares de producción y de consumo.—Grupos librecambistas.—Las tarifas de

Págs.

Aduanas entre los progresos de la ciencia y de la industria.—La tarifa del primer cable transatlántico. —Derrota constante y fatal de los proteccionistas.. 77

CAPÍTULO XIII

RESUMEN 89

LIBRO III

El derecho comercial.

CAPÍTULO PRIMERO

EL DERECHO CIVIL Y EL DERECHO COMERCIAL

§ 1.—La costumbre.—Mantenimiento de las situaciones creadas.—Ceremonias y testigos á falta de contratos escritos.—El formalismo civil.—Supervivencia.—Grupo cerrado.—Estatuto y diligencias de contratos en el seno del grupo.—El comercio actos repetidos de cambio.—*El convenio es la ley de las partes.*—Carácter variable é individualista del derecho comercial.—*El derecho civil es imperativo, el derecho comercial es contractual.—En Atenas, respecto de los convenios.*—El *jus naturale* ó *jus gentium* proviene del comercio.—*El derecho comercial es internacional.*—Aduanas y contribuciones indirectas.—Contratos que necesitan una sanción jurídica.—En lugar del juez civil impuesto, el juez comercial elegido.—El derecho comercial de las repúblicas italianas.—El cónsul, en Florencia; sus sentencias son

Págs.

ejecutadas solamente por el Estado.—El rey de Francia, protector de los comerciantes.—Igualdad de las personas ante el derecho comercial.—Unificación del derecho comercial.—El derecho civil es anterior 92

§ 2.—El derecho marítimo es la parte primeramente constituída del derecho comercial.—Las *Leyes rhodias*.—El derecho romano.—El *Código de Teodosio*.—El *Consulado de mar*.—Los *Juicios de Oleron*.—La ordenanza de Wisby.—El respeto al contramaestre.—La Liga Hanseática y el derecho marítimo.—La ordenanza de 1681 y el código de comercio 99

§ 3.—La ordenanza de 1673.—Las *ordenanzas de 1673 y 1681, han inspirado el derecho comercial moderno*.—El código de comercio de 1807.—El código de comercio alemán.—En Inglaterra y en los Estados Unidos no hay derecho comercial; todo el derecho está basado sobre el contrato..... 103

CAPÍTULO II

EL DERECHO COMERCIAL, LA PROPIEDAD INMUEBLE Y LA AGRICULTURA

Diferencia entre el derecho civil y el derecho comercial.—Influencia del derecho comercial sobre el derecho civil, art. 815.—Los bienes inmuebles.—Resistencia á la transmisión de los bienes inmuebles.—El agricultor no es un comerciante.—Consecuencias..... 106

CAPÍTULO III

EL CÓDIGO DE COMERCIO

Usos y ley.—El Código de Comercio.—Los títulos del

Págs.

Código de Comercio.—Los comerciantes.—Los actos de Comercio..... 109

CAPÍTULO IV

PRINCIPIOS COMUNES AL DERECHO CIVIL Y AL DERECHO COMERCIAL

Obligaciones.—Contratos.—Fianzas.—Delito civil.—Responsabilidad.—*Los contratos de comercio son reales.—El convenio es la ley de las partes.*—Condición de validez.—Convenio sin causa ó sobre causa falsa.—Extinción de las operaciones.—Gages del acreedor.—Arriendos de cosas, de obras y de servicios.—Contrato de venta.—Obligaciones del vendedor.—Del comprador.—Cesión de crédito.—Promesa de venta.—El artículo 1.602 del Código Civil. 112

CAPÍTULO V

LAS SOCIEDADES COMERCIALES

La sociedad en comandita.—La primera sociedad anónima.—La corporación y la sociedad comercial.—La separación de las personas y de los intereses.—*La sociedad anónima es la más alta expresión del progreso económico.*—Libertad de las personas, solidaridad de los intereses.—Gogo.—La proposición de ley de Emillo Ollivier, en 1867.—Las sociedades inglesas, *actas* de 1900 y de 1907.—Concepto práctico de la sociedad inglesa.—El porvenir de la sociedad comercial..... 120

CAPÍTULO VI

LOS TRIBUNALES DE COMERCIO

Composición, electores, elegibles, competencia..... 126

Págs.

LIBRO IV

La práctica del comercio.

CAPÍTULO PRIMERO

EL CAMBIO Y LOS PRECIOS

Un término fijo y cierto; la cantidad: un término variable; el precio.—Pesos y medidas.—Moneda.—Los «cauries».—La moneda es una mercancía.—El progreso monetario.—Condiciones del valor.—El trueque, base de todo comercio.—La venta.—Stirling: exposición de la teoría cualitativa —Utilidad de la moneda.—*La cantidad de moneda en circulación no es un índice del poder de compra.*—El precio regulado por tres elementos; el precio de reventa; el poder de compra y la necesidad. La ley de la oferta y de la demanda obedece á estos tres factores.—El precio de reventa y el precio de mercado.—*La concurrencia los aproxima siempre*..... 129

CAPÍTULO II

LOS EFECTOS DE LA LEY DE LA OFERTA Y DE LA DEMANDA

Alternativas de alta y baja.—Imposibilidad de suprimir estas oscilaciones.—La abrogación de la ley de la oferta y de la demanda..... 137

Págs.

CAPÍTULO III

LAS OPERACIONES DE COMERCIO

Consisten en establecer diferencias entre dos precios.—El artículo de compra.—Comprar después de haber vendido.—El arte de vender.—Separación del hombre y de la mercancía.—Traslado.—Arbitraje.—Especulación.—Los vendedores agentes de alza.—Los factores de la especulación; la cantidad y la necesidad..... 140

CAPÍTULO IV

CARACTERES DISTINTIVOS DE LAS MERCANCÍAS

§ 1.—La palabra mercancía designa un objeto homogéneo.—*Las partes de una mercancía no pueden tener valores diferentes entre sí.*—Regla violada en la apreciación de los metales preciosos.—El valor de la onza de plata..... 144

§ 2.—Cinco caracteres principales de las mercancías: 1.º, la dirección.—2.º, la naturaleza.—3.º, la aplicación ó destino, sistema de clasificación de las aduanas.—4.º, relación del peso al valor.—5.º, la rareza. 146

CAPÍTULO V

LA DEFINICIÓN DE LAS MERCANCÍAS

§ 1.—Necesidad de la designación exacta del objeto cambiado.—Los tipos de las bolsas de comercio.—El Congreso de la Cruz Blanca.—«El alimento pu-

Págs.

ro», «productos naturales», designaciones falsas.—Observaciones de M. Ruan.—Dificultad de la definición del vino..... 149
§ 2.—La definición de los productos comerciales.—M. J. Cavalier.—La sidra.—Hierros y aceros.—¿Preparación ó composición química?—La manteca dinamarquesa.—La leche.—Definición en los Estados Unidos..... 149
§ 3.—Necesidad de determinar los tipos de cambio. . . 149

CAPÍTULO VI

LOS MERCADOS

Los dos sentidos de la palabra mercados.—Carácter de los mercados, determinados por el de las mercancías.—Mercados de consumo.—Al contado.—*Agencia.—Detallistas.*—Mercados de aprovisionamiento y de especulación.—Vendedor, favorable á la vez, al productor y al consumidor.—Los agrarios.—Los acaparadores..... 157

CAPÍTULO VII

LAS BOLSAS DE COMERCIO

Mercados de aprovisionamiento.—La Bolsa de Comercio de Paris.—Mercados á plazo.—Tipos de mercancías.—Cantidad de mercancías para la unidad de contratos.—Primas.—La *filière* (orden de libramiento).—Reglamento de la *filière*.—La ley de 28 de Marzo de 1885, sobre los mercados á plazo.—La ley alemana del 22 de Junio de 1896, contra los mercados á plazo..... 161

Págs.

CAPITULO VIII

EL CRÉDITO

§ 1.—Expresa la idea de confianza.—El interés del capital.—El adelanto de los capitales en circulación. —El descuento.—Extensión de capital.—Ventaja para el comerciante de negociar con capitales prestados.—Tooke.—Bageot.—*El crédito acorta el tiempo y el espacio como los demás medios de transporte*. 167
§ 2.—El *credit man*.—Comparación de dos situaciones comerciales..... 171
§ 3.—El crédito ilimitado de un comerciante que no ha sufrido protesto —Medidas que debilitan el crédito.—Influencia perniciosa de la sensiblería..... 172

CAPÍTULO IX

LA BANCA

El comercio del oro y del crédito.—Función de los bancos.—Los banqueros intermediarios.—El prestamista y el librado.—No están interesados en el alza de la tasación del interés.—Definición de la Banca. —Transporte de valores. *Todas las transacciones pueden necesitar un pago en especies*.—Importancia de la moneda.—*Los bancos economizan el oro.—La letra de cambio sobre Londres es la moneda internacional*.—Igualdad de la moneda en los diversos centros.—M. Félix Schuster.—*No es la bandera lo que sigue el comercio, sino los capitales*..... 174

Págs.

CAPÍTULO X

EL COMERCIO DEL ORO

§ 1.—Dificultad del transporte del oro en 1769.—Facilidad actual.—Producción del oro en el mundo desde 1493.—Los países productores de oro.—Los que lo acumulan..... 180

§ 2.—Papel del oro en los cambios internacionales.—Importaciones y exportaciones de los Estados Unidos.—Datos referentes al oro, 1897-1906, 1907-1908. 187

§ 3.—Una cuestión.— Utilidad del oro.—*Clearing houses* y valores mobiliarios.—Comercio reducido del oro como metal.—*Cada día aumenta la banca el efecto útil.*—El más importante de los comercios como moneda.—*La circulación de un país está tanto más perfeccionada cuanto más reducido es en él el uso de la moneda en relación al número de negocios*..... 193

§ 4.—*El oro es una mercancia, pero su papel de patrón monetario la distingue de las demás.*—Salida segura á precio fijo.—Carácter del patrón monetario.—Error de Ducrocq.—*Común denominador.—Patrón monetario jurídico y no material.*—Roberto Peel, «los economistas de Birmingham» y el patrón monetario.—Las libras esterlinas de 3.17.9 chelines, de la Banca.—Precio prototipo de todos los valores.—Precio mínimo del oro.—Precio de reventa. 194

CAPÍTULO XI

LAS CRISIS ECONÓMICAS

En general no hay sobreproducción.—*Las crisis no proceden de un exceso de producción, sino de un exceso de*

Págs.

consumo.—Absorción de los capitales en circulación por los capitales fijos.—Por ello pierden su poder de adquisición.—¿En qué proporción?—Ejemplo hipotético.—La causa de la crisis de los Estados Unidos en 1907.—M. C. Juglar: los síntomas de las crisis.—Datos de las existencias y de la bolsa del Banco de Francia.—Los precios y las crisis.—La causa de las crisis..... 199

CAPÍTULO XII

EL BENEFICIO

Objeto de todas las operaciones comerciales.—Necesidad de la contabilidad.—*El beneficio es el exceso de los ingresos sobre los gastos al final de una operación ó de un ejercicio.—Gastos* generales fijos y variables.—El valor de la mercancía.—Beneficio bruto y beneficio neto.—Ganancia ó pérdida..... 207

LIBRO V

Los comerciantes.

CAPÍTULO PRIMERO

NÚMERO Y DISTRIBUCIÓN DE LOS COMERCIANTES

Número de personas dedicadas al comercio.—Su relación con la población activa.—Por sexo.—Principales comercios.—Jefes de establecimientos, dependientes y empleados.—Importancia de los estable-

Págs

cimientos.—Clasificación según el número de empleados.—Número de extranjeros dedicados al comercio en Francia..... 211

CAPÍTULO II

LOS INTERMEDIARIOS

Proteccionistas y socialistas contra los intermediarios «parásitos».—M. Julio Domergue.—¿Cuántos son? —Cantidad despreciable.—Supresión del comercio. —«La propiedad contra el comercio.»—«El vino de cosechero.»—Decepciones del cosechero y del cliente.—«Relación directa del productor con el consumidor.»—Recriminaciones.—Privilegios para las sociedades cooperativas. El melón y la cooperación. 214

CAPÍTULO III

LOS DETALLISTAS

El detallista.—Este término se aplica solo al pequeño comerciante.—Defecto de una generalización psicológica.—El papel de la mujer en el comercio al detalle.—Los pequeños comerciantes contra los grandes almacenes.—Violación de la libertad del comercio por la ley sobre las patentes de 1893.—Número de los registros de estas patentes.—El descanso semanal.—Los comerciantes de carbón para el mantenimiento del precio.—El «precio protegido».—Tentativas en la Gran Bretaña.—El Sadla.—Concentración para la compra y distribución para las ventas. 220

Págs.

CAPÍTULO IV

LOS GRANDES ALMACENES

Fundados sobre tres principios: 1.º Precio fijo.—Sin rebaja; igualdad de precio.—2.º Venta al contado.—Sin rebaja; igualdad.—Pequeño capital necesario.—3.º Devolución de los objetos que no gustan.—Libertad de elegirlos en el domicilio. 227

CAPÍTULO V

LOS COMERCIANTES AL POR MAYOR

El gran comerciante.—Una casa al por mayor en los Estados Unidos.—Cualidades requeridas á un comerciante al por mayor.—División del trabajo.—Superioridad de la capacidad sobre el capital.—Peligro de un capital demasiado grande.—Las compras de mercancías.—Epocas de pedidos.—Solidaridad del vendedor y del cliente.—Rapidez en el servido de los pedidos.—El crédito del cliente.—Las *firmas* inglesas.... 230

CAPÍTULO VI

LOS EMPLEADOS DE COMERCIO

El antiguo empleado de almacén.—Concepto del patrono.—Empleados mecánicos.—La discreción de un calígrafo.—Cortesía.—Alojamiento de los empleados.—*Living in system*.—El gran almacén.—Inverosimilitud.—Exactitud.—Opinión de un americano

Págs.

sobre el origen de los empleados.—Dificultad de encontrar buenos empleados.—Cuestión de remuneración.—Poner de acuerdo la moral profesional del empleado y su interés.—Lo importante es que dé el *máximum de efecto útil.*—La honradez..... 236

CAPÍTULO VII

LOS VIAJANTES DE COMERCIO Y LOS REPRESENTANTES EN EL EXTRANJERO

§ 1.—El ilustre Gaudissart.—El viajante de comercio alemán.—Cualidades técnicas.—Demanda de viajantes de comercio en el extranjero..... 243
§ 2.—Los representantes nacionales..... 244
§ 3.—No hay regla absoluta.—Cualidades del representante extranjero.—El precio de reventa..... 245

CAPÍTULO VIII

LOS COMISIONISTAS DE MERCANCÍAS

§ 1.—Los comisionistas.—El artículo 94 del Código de Comercio.—Categorías de comisionistas..... 247
§ 2.—Los comisionistas de tal artículo.—Los comisionistas de mercancías.—Los comerciantes exportadores.—Situación legal del comisionista.—Definición de la comisión.—Carácter jurídico de sus operaciones.—Su responsabilidad.—El comisionista «ducroire»..... 249
§ 3.—Utilidad del comisionista exportador.—Su especialidad.—La exportación directa —Inculpaciones á los comisionistas.—Contradicciones.. 252

Págs.

CAPÍTULO IX

LA ENSEÑANZA COMERCIAL

§ 1.—La práctica y la enseñanza comercial.—Especialidades.—Estado de la cuestión.—«El comercio no se aprende más que en una casa de comercio.»—¿Pero qué hace falta saber antes?—«Las ciencias comerciales.»—Las matemáticas.—La contabilidad—El concepto de la enseñanza por los profesores. 254

§ 2.—Las escuelas de perfeccionamiento en Alemania.—La enseñanza corriente en Bélgica.—En Suiza.—El *Comercial Club*.—Programa americano para una enseñanza comercial.—La enseñanza comercial debe ser un método.—Los principios de acción.—Enseñanza comercial en París.—La enseñanza económica en las escuelas comerciales.—Las Universidades y el comercio..... 258

§ 3.—El arte de dirigir á los hombres.—Facultad de adaptación.—El tacto.—Unico objeto del comerciante.—Comprar y vender para obtener una ganancia.—Esta aptitud se debe adquirir á buena edad.—Los largos estudios destruyen las iniciativas..... 264

CAPÍTULO X

LAS NECESIDADES Y EL INDICIO DE LAS NECESIDADES LATENTES

El comercio es el arte de comprar.—Dos condiciones objetivas para todo objeto á vender, son responder á una necesidad y ser proporcionado al poder de adquisición de los clientes posibles.—El misoneismo.

Págs.

—La *National Cash register Company*.—Borceguíes para musulmanes.—Exportación de loza á la América del Sur..... 266

CAPÍTULO XI

LAS EXIGENCIAS DEL CLIENTE

El comerciante debe aceptar los caprichos de la clientela.—Obstinación inglesa.—El cliente no siempre protesta pero se va.—Errores de los clientes.—Algunas veces tienen razón.—Inutilidad de intentar una educación de un modo directo.—El precio *fob* y el precio *cif*..... 269

CAPÍTULO XII

LA PUBLICIDAD

La facultad de la atención.—Las tres leyes psicológicas de la publicidad.—Detalles de aplicación.—La retórica del anuncio.—Las cinco reglas de la deontología de la publicidad..... 273

CAPITULO XIII

EL CUESTIONARIO DEL COMERCIO..... 278

CAPITULO XIV

EL PODER DE COMPRA Y LA SOLVENCIA DEL CLIENTE..... 280

Págs.

CAPITULO XV

LA MORAL PROFESIONAL DEL COMERCIANTE

§ 1.—Platón.—Definición del comercio.—Contra el comercio.—El hostelero de Atenas.—Fijación del provecho por la autoridad.—«Preciso es que haya robado bien.».. 282

§ 2—«Bastante bueno para el cliente.»—Silencio, pero ausencia del cliente descontento.—El cliente extranjero.—Ejemplos belgas.—Exigencias absurdas de los consumidores.—El precio de adjudicación de la carne para el ejército..... 284

§ 3.—El cliente para el monopolio y no el producto para el cliente.—Memorandum deontológico.—La moral de la competencia.—Responsabilidad inmediata é implacable..... 285

LIBRO VI

El comercio internacional.

CAPÍTULO PRIMERO

CARACTERES DEL COMERCIO INTERNACIONAL

Una definición de la nación.—Los caracteres del comercio internacional según Cairnes.—M. Bastable y Stuart Mill: la distancia.—Otras distinciones.—Las aduanas caracterizan el comercio internacional.—El ejemplo hipotético de Ricardo.—El comercio internacional es más complejo que el local.—

Pág.

Iguales problemas.—*Desde el punto de vista económico, el comercio internacional es idéntico al comercio nacional*... 289

CAPÍTULO II

LA TEORÍA DEL COMERCIO INTERNACIONAL

Ricardo.—Stuart Mill.—Bastable.—La ecuación de los valores internacionales de Stuart Mill.—Fracaso, según Jevons.—Demostración de M. Bastable.—«Las mercancías tienden á cambiarse según su precio de reventa.»—Los diferentes precios de las mercancías.—No hay más que una clase de comercio.—Las fronteras no cambian el carácter del comercio; solo lo cambian las aduanas..... 294

CAPÍTULO III

LA BALANZA DE COMERCIO Y LA BALANZA ECONÓMICA

§ 1.—«La balanza de comercio.»—Los supervivientes del sistema mercantil.—«El déficit.»—Las importaciones y las exportaciones en el Reino Unido.—Las naciones en déficit y las naciones con beneficio.—El navío de Bastiat..... 300

§ 2.—«El inglés vive de su capital.»—Harpagón importa siempre.—Los pueblos acreedores..... 304

§ 3.—La ecuación de las deudas.—La balanza económica.—M. de Foville.—M. Ignacio Gruber.—M. Raffalovich: *El debe y haber de cada pueblo.*—El balance económico de Austria-Hungría.—*El excedente de las importaciones de mercancías es el crédito del balance económico*..... 306

Págs.

LIBRO VII

Las estadísticas aduaneras.

CAPÍTULO PRIMERO

LOS VALORES DE ADUANA

§ 1.—Cifras de aduanas en el pasado.—En Francia, de 1827 á 1847, «los valores oficiales».—Desde 1847, «los valores actuales»—En Inglaterra, cifras hasta 1854.—Valores según las declaraciones.—En Francia, Comisión de Valoraciones de aduana.—Cifras medias —Procedimientos usados en los diversos países.—Necesidad de la publicidad de las Memorias de Comisiones de Valoraciones.—¿Qué valores dan las Memorias mensuales?—Los elementos de los valores de aduanas.—España.—Estados Unidos.—Bélgica.—Peso neto y peso bruto.—Las cintas de Saint-Etienne..... 315

§ 2.—El aduanero no es un estadístico.—Su indiferencia respecto á los exportadores —Las estadísticas aduaneras de los metales preciosos.—Peso y valor. —Precio *fob* y precio *cif*.—Conclusión.... 320

CAPÍTULO II

PAÍS DE ORIGEN Y PAÍS DE DESTINO

Dificultades de determinación.—País de procedencia ó

Págs.

país de origen.—Indiferencia del aduanero.—Declaración del remitente y del destinatario..... 325

CAPÍTULO III

COMERCIO GENERAL, COMERCIO ESPECIAL Y DE TRÁNSITO

§ 1.—Definición del comercio general y del comercio especial.—Productos exóticos exportados como productos franceses.—Tránsito.—El tránsito en Bélgica..... 332
§ 2.—Depósitos..... 336
§ 3.—Admisión temporal..... 338
§ 4.—Una adición de diputados franceses.—Doble empleo de las entradas y salidas..... 341
§ 5.—Sistema inglés.—Ejemplo de aplicación al comercio francés..... 341

CAPÍTULO IV

LAS NOMENCLATURAS ADUANERAS

Clasificación por la importancia; el aceite de pescado.—Ensayos de unificación. Sir Alfred Bateman.—Modificaciones desde 1900.—Austria Hungría.—La mercería en el Cuadro belga.—La pastelería y las drogas en Holanda.—Nomenclatura en Francia.—En Alemania.—En Austria-Hungría.—En el Reino Unido.—En Suiza.—La ley de 1.º de Julio de 1906, en los Estados Unidos.—Los paquetes postales.—Dificultades.—Proposición de un talón de conducción estadístico.—Opiniones de los Congresos de las Cámaras de Comercio.—Una importuna importación: *Positions*..... 343

Págs.

CAPITULO V

UN EJEMPLO DE CONTRADICCIONES EN LAS CIFRAS DE ADUANAS

Contradicción entre las cifras de la Aduana belga y las de la Aduana francesa..... 351

CAPÍTULO VI

LOS DOCUMENTOS Á CONSULTAR SOBRE EL COMERCIO INTERNACIONAL

§ 1.—Los documentos estadísticos de la Administración de las Aduanas.—*Le Tableau général du commerce et de la navegation.*—Críticas.—Confusión de pesos brutos y netos.—El peso bruto y el peso neto de los vestidos.—El peso bruto y el peso neto de las perlas finas.—Los útiles en hierro.—Necesidad de indicar la tara fijada por la Comisión de los valores de aduanas. 355

§ 2.—Documentos del Reino Unido.—Documentos americanos.--Documentos alemanes.—*Tableau général du commerce de la Belgique*..... 362

CAPÍTULO VII

LOS DERECHOS DE ADUANAS, SUS TARIFAS Y SUS PRODUCTOS

Tres documentos.--1.° Tarifas de Aduanas.—2.° Observaciones de la administración de aduanas.—El

Págs.

más felíz de los aduaneros.—3.° Tabla general del comercio.—Insuficiencia de datos.—Relación entre el valor de los objetos importados y los derechos de aduanas percibidos.—El 50 por 100 de las importaciones están libres de derechos.—Derechos del 16 por 100 sobre la otra mitad de los objetos importados.—Necesidad de penetrar en el detalle: derechos de 44,8 por 100.—Numerosas percepciones ínfimas. 365

CAPÍTULO VIII

LAS IMPORTACIONES Y LAS EXPORTACIONES SEGÚN LOS PRECIOS

Las cifras anuales y el volumen relativo.—Variaciones de los precios.—En Francia.—M. Levasseur.—*The Economist*.—Resultados para el comercio británico. 370

LIBRO VIII

El comercio exterior de Francia.

CAPÍTULO PRIMERO

EL COMERCIO GENERAL DE FRANCIA

§ 1.—Comercio general y comercio especial comparados por quinquenios.—Cantidades y valores, para los años 1905 á 1907.—Falta de concordancia 375

§ 2.—El movimiento de los depósitos.—Cantidades y valores.—Los cinco grandes depósitos.—Los siete productos que rebasan los 20 millones..... 378

Págs.

§ 3.—Las admisiones temporales.—Término medio de 1902 á 1906.—Los productos que los utilizan.—Cantidades y valores de poca importancia.—El 2,7 por 100 del comercio general de Francia..... 379

CAPITULO II

EL COMERCIO ESPECIAL DE FRANCIA

I —Término medio anual de 1855-1911.—Progreso desde 1855-59 á 1880.—Recaída.—Progreso..... 382

I.—Cantidades y valores de nuestras importaciones y exportaciones de 1903 á 1907.—Cantidades.—Valores.—Precio de la tonelada importada y de la exportada.—Importaciones y exportaciones de tres grandes categorías de mercancías.—Cantidades.—Valores.—Valor de la tonelada.—El precio de 1907.—Proporción de cantidades y de valores..... 385

CAPÍTULO III

PARTIDAS FICTICIAS DEL COMERCIO ESPECIAL

§ 1.—La parte de las colonias y de los países protegidos.—Importaciones y exportaciones.—La Argelia.—Favores aduaneros.—El café.—Pacto colonial.—Diferencias con las colonias y protectorados británicos..... 390

§ 2.—Provisiones y material de á bordo..... 393

CAPÍTULO IV

NUESTRAS PRINCIPALES COMPRAS

Durante los períodos 1887-1891, 1892-1896 y del año

Págs.

1911.—Las principales compras.—Artículos de alimentación y objetos fabricados.—Lanas.—Sedas y borras de seda.—Algodón en lana.—Cereales, importaciones y exportaciones.—Café..... 394

CAPÍTULO V

PARTE DE LA IMPORTACIÓN TOTAL QUE CORRESPONDE Á LOS OBJETOS FABRICADOS

Inglaterra.—Alemania.—Francia.—Suiza.—Italia.—Austria Hungría.—Estados Unidos..... 400

CAPÍTULO VI

NUESTROS QUINCE IMPORTANTES SUMINISTRADORES..... 403

CAPÍTULO VII

NUESTRAS PRINCIPALES VENTAS

Catorce objetos constituyen la mitad de nuestras exportaciones..... 405
§ 1.—Tejidos de seda..... 407
§ 2.—Tejidos de algodón.—Los reembolsos para los hilos son de un 38 céntimos de franco por 100..... 408
§ 3.—Lanas en masa, teñidas y peinadas..... 412
§ 4.—Tejidos de lana..... 412
§ 5.—Tornería, juguetería..... 412
§ 6.—Modas y flores artificiales..... 413
§ 7.—Vestidos y lencerías..... 413
§ 8.—Bonetería y pasamanería..... 417
§ 9.—Automóviles..... 418
§ 10.—Vinos y aguardientes.....

Págs.

CAPÍTULO VIII

LOS OBJETOS FABRICADOS EN LAS EXPORTACIONES

§ 1.—En Francia, en el Reino Unido, en Italia, en Austria Hungría, en los Estados Unidos..... 424
§ 2.—La hulla y los objetos fabricados en el comercio del Reino Unido..... 427
§ 3.—Exportación de los objetos fabricados en el comercio alemán, Carteles y *dumping*..... 428

CAPÍTULO IX

NUESTROS GRANDES CLIENTES

Los siete países que nos compran por más de cien millones.—Variaciones de nuestras ventas entre ellos. —Parte de nuestras exportaciones en sus importaciones.—Nuestras exportaciones á ocho países en los años de 1903 á 1907.—Concentración de nuestras exportaciones.—Cinco naciones absorben el 68 por 100 de ellas.—Parte de las exportaciones francesas en la importación total de los ocho grandes clientes.—Algunos de nuestros suministradores no nos compran.—Necesidad del estudio de las compensaciones..... 431

CAPÍTULO X

COMPARACIÓN DEL COMERCIO DE FRANCIA CON EL DE SUS GRANDES CLIENTES

§ 1.—Importaciones.— Exportaciones.— Valores tota-

Págs.

les.—El Comercio en relación á la población.—Necesidad de nuestra modestia..... 439
§ 2.—Conclusiones..... 442

LIBRO IX

La política de las salidas.

CAPÍTULO PRIMERO

LOS SEIS AGRAVIOS

Las recriminaciones.—§ 1. Los cónsules: cambios de recriminaciones.—Lo que exige el gobierno francés á sus cónsules.—Los consejeros del comercio exterior.—Los agregados comerciales.—M. Duckerts; viajes de estudio por los países europeos.—Los agregados comerciales.—*Estos no pueden tener una mentalidad comercial*..... 446
§ 2.—Ir al extranjero.—La familia estúpida.—Las madres sacrifican sus hijos al amor natural..... 450
§ 3.—Las lenguas extranjeras.—El inglés y el español. 450
§ 4.—Los bancos.—Acusación de M. Domergue.—M. Cambón y los bancos ingleses..... 451
§ 5.—«Nuestra industria no es democrática».—M. Picard.—El poder de adquisición de los compradores de objetos de lujo no ha disminuído.—El aumento de riqueza de los otros pueblos nos proporciona una clientela.—La opinión de los secretarios de la Comisión de Valores de Aduanas.—Necesidad de la moral profesional..... 451
§ 6.—Los caminos de hierro y la marina mercante.—Patriotismo mal entendido.—*El comerciante sirve á su patria tanto mejor cuanto mejores negocios hace*... 455

Págs.

CAPÍTULO II

COMERCIO PERSEGUIDO.—EL COMERCIO DE GRANOS.—LA PANADERÍA

El comercio de bebidas.—El privilegio de los quemadores de orujo.—Los *cabarets*..... 483

CAPÍTULO III

EL PRETEXTO HIGIÉNICO

La nueva religión.—Ajenjo.—Albayalde..... 487

CAPÍTULO IV

LOS FRAUDES

Las calumnias oficiales.—El vino de fórmula.—La pasión del «Midi» contra el fraude.—La *Jungle*.—Propiedad de las marcas.—El alcohol industrial y el alcohol de vino.—La amnistía..... 489

CAPÍTULO V

EL DESCANSO DOMINICAL

CAPÍTULO VI

LA RAPIÑA Y EL CAMBIO

§ I. La civilización de rapiña y la civilización de cambio. Los ladrones privados son onerosísimos.—Supervivencia de las guerras comerciales.—J. Novicow.

Pág.

de las tarifas y no dificultan las reducciones.—Los convenios por doce meses.—Tarifas máximum y mínimum.—Libertad é inestabilidad de las tarifas.—El Reino Unido usa de la libertad de las tarifas.—Cláusula de nación más favorecida.—Los Tratados de comercio son una garantia para los Gobiernos... 465

§ 2.—El Gobierno británico y las *tariff reformers.*—Peligro de que ellas no graven los objetos fabricados.—Proposiciones que puede hacer el Gobierno francés.—Oposición de la Comisión de Aduanas.—Su proyecto de elevación de los derechos de la tarifa general.—Preparación para una guerra de tarifas.—Vanidad ridícula de esta amenaza.—Desdén de los librecambistas ingleses.—M. Russell Rea; las ventajas del monopolio de las libres importaciones.—Desprecio de los Tratados de comercio.—M. Balfour amenaza con el *talionismo aduanero.*—Porvenir alamante..... 465

CONCLUSIONES..... 478

LIBRO X

Los elementos perturbadores del Comercio.

CAPÍTULO PRIMERO

INTERVENCIONES DIVERSAS

El bimetalismo.—Los derechos compensadores.—Las cargas fiscales del comercio.—La legislación social.—Las primas.—El azúcar.—Comisión instituida por el Instituto Internacional de Estadística.—Monopolios del Estado..... 479

Págs.

CAPÍTULO II

ESFUERZOS PARA DESARROLLAR LAS EXPORTACIONES

§ 1.—Organizaciones destinadas á desarrollar el Comercio en el extranjero.—*Office du Commerce exterieur.*—El *Comité francés de las exposiciones en el extranjero.*—Instituciones análogas al *Office du Commerce exterieur,* en los Estados Unidos, Holanda, Reino Unido, Austria y Hungría. —Las Cámaras de Comercio nacionales en el extranjero.—En Alemania no hay agrupaciones con espíritu desinteresado.—Las sociedades de exportación.—Museos flotantes.—Proyectos franceses de agrupaciones comerciales..... 457

§ 2.—Publicaciones.—Dos categorías.—Publicaciones americanas, inglesas, belgas, alemanas..... 463

CAPÍTULO III

EL ESFUERZO DEL INTERESADO

Los huevos.—Eliminación del mercado de Londres.—Descuidos.—Embalaje defectuoso..... 465

CAPÍTULO IV

LOS TRATADOS DE COMERCIO

§ 1.—Necesidad de Alemania de celebrar Tratados de comercio.—Peligro de la doble tarifa.—Efecto de los Tratados de comercio sobre la tarifa general.—El regateo.—Los Tratados de comercio son transacciones.—M. L. Strauss: *ellos impiden las elevaciones*

Págs.

La ruina de Pedro y la de Pablo. —*La concurrencia económica y la concurrencia política* 496

§ II. El criterio económico: *ganancias ó pérdidas.*—No existe para las combinaciones políticas.—El estatuto y el contrato.—Lucha entre la civilización militar y la comercial.—Los conflictos en Alemania.—«El porvenir de Alemania está en el mar».—El régimen previsor de la antigüedad.—Las privaciones y la miseria no son sino la privación del poder de comprar.—Necesidad de multiplicar las utilidades.—El reparto.—El reparto por la rapiña.—El reparto económico.—*La gran fuerza motriz de la evolución humana es la concurrencia y el índice más cierto del grado de la evolución de un pueblo, la importancia de su comercio* 498

INDICE DE LOS GRAFICOS

Pagina

GRAFICO 1.—Precio de transporte de tonelada de trigo de Chicago á Liverpool..... 84
GRAFICO 2.—Relación entre los excedentes de las exportaciones de mercancías y los excedentes de las importaciones de oro en los Estados Unidos durante el período de 1897 á 1906..... 188
GRAFICO 3.—Relación de las operaciones de las *clearing houses* americanas y británicas al valor del oro en circulación..... 193
GRAFICO 4.—Variaciones del comercio exterior de Francia, tomado por 100, 1855-59..... 384
GRAFICO 5.—Cantidades y valores de las importaciones y exportaciones por categorías durante los años 1903-1907..... 388
GRAFICO 6.—Parte con que contribuyen á las importaciones de 1907 los cinco principales suministradores. 404
GRAFICO 7.—Parte de 14 mercancías en las exportaciones totales de 1907..... 406
GRAFICO 8.—Tanto por ciento entre la exportación de objetos fabricados y el total de las exportaciones en los años 1899-1904..... 426
GRAFICO 9.—Exportación de Francia á sus ocho principales clientes..... 432
GRAFICO 10.—Tanto por ciento de las mercancías francesas en el total de las importaciones de nuestros principales clientes..... 435
GRAFICO 11.—Los clientes cuyas compras exceden de 300 millones..... 436
GRAFICO 12.—Tanto por 100 entre el comercio de Francia y el del Reino Unido, Alemania y los Estados Unidos (1906)..... 441

CALLEJA. ENCDOR.